


Федеральное государственное автономное
образовательное учреждение
высшего образования
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
Гуманитарный институт
Кафедра рекламы и социально-культурной деятельности

УТВЕРЖДАЮ
Заведующий кафедрой
 Е.А.Ноздренко
« » 2016 г.

БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА

По направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью
ОСОБЕННОСТИ PR-ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ГОСУДАРСТВЕННЫХ
ПРАВООХРАНИТЕЛЬНЫХ ОРГАНОВ: ОПТИМАЛЬНЫЙ БАЛАНС
ГОСТАЙНЫ И ПУБЛИЧНОСТИ

Руководитель

Выпускник

Нормоконтролер



Л.С. Набокова

К.А. Солдатова

Ю. Н. Авдеева

Красноярск 2016

РЕФЕРАТ

Выпускная квалификационная работа по теме «Особенности деятельности государственных правоохранительных органов: оптимальный баланс гостайны и публичности» содержит 78 страниц текстового документа, 63 использованных источников, 2 приложения.

ИМИДЖ, ПРЕСС – ТУР, ГОСТАЙНА, PR – СЛУЖБА, ГУФСИН, ПУБЛИЧНОСТЬ, PR, ПРОПАГАНДА, СЛУХ, СВОБОДА ИНФОРМАЦИИ, БЭКГРАУНД, СМИ.

Цель исследования — заключается в выявлении особенностей и механизмов процесса работы PR-служб в органах государственной власти на примере Государственного управления федеральной службы исполнения наказаний по Красноярскому краю на предмет соблюдения принципа оптимального баланса гостайны и публичности.

Актуальность работы заключается в необходимости исследования деятельности пресс-служб государственных правоохранительных структур для формирования положительного имиджа силовых ведомств в частности, и в целях поддержки позитивного отношения населения к государственной политике в целом.

Новизна исследования выражается в ракурсе исследования. В работе предпринято комплексное изучение PR-деятельности государственных правоохранительных органов на примере конкретного учреждения в аспекте проблемы поиска оптимального баланса публичности и гостайны в ходе осуществления подобной деятельности.

В целях изучения общественного мнения о деятельности учреждений и органов уголовно-исполнительной системы Красноярска было проведено социологическое исследование, для создания и поддержания имиджа управления ФСИН и всей PR-деятельности был разработан план пресс-тура для СМИ к 55-летию юбилею исправительно-трудовой колонии № 22.

СОДЕРЖАНИЕ

Введение.....	4 1
Актуальные вопросы PR-деятельности государственных организаций.....	14
1.1 Специфика методов и приемов в сфере связей с общественностью в государственных структурах	14
1.2 Проблема соотношения открытости и соблюдения гостайны в правоохранительных органах в области связей с общественностью.....	20
2 Баланс открытости и соблюдения гостайны в деятельности PR подразделений государственных правоохранительных органов: поиск оптимальных решений.....	32
2.1 Особенности функционирования региональных PR-служб правоохранительных органов: эмпирический анализ деятельности Управления взаимодействия со СМИ федеральной службы исполнения наказаний по Красноярскому краю.....	32
2.2 Эффективная коммуникация со СМИ как основа деятельности PR-службы ГУФСИН по Красноярскому краю: разработка план юбилейного пресс-тура.....	47
Заключение.....	58
Список использованных источников.....	61
Приложения А-В.....	67

ВВЕДЕНИЕ

Актуальность темы исследования

Актуальность исследования PR-технологий и методов формирования с их помощью адекватного отношения гражданского общества к государственным институтам обусловлена непростыми политическими условиями современного состояния всей мировой политической системы и требованиями внутренней социально-политической ситуации.

В настоящее время в России сфера связей с общественностью находится в периоде активного развития, все государственные структуры управления и большинство коммерческих организаций, осознавая необходимость осуществления профессиональной коммуникации с общественностью, имеют в своем составе PR-службы. Государственные пресс-службы по сути являются проводником государственной политики в массы, для эффективной работы они осваивают новые технологии и приемы коммуникаций с населением. При этом PR-специалист госструктуры ответственен не только за имидж своей организации в медиа-поле, его задачи гораздо шире — он обеспечивает лояльность общественности к власти, и тем самым в определенной степени отвечает за политическую стабильность. В частности, взаимодействие служб по связям с общественностью правоохранительных структур со средствами массовой информации можно охарактеризовать как процесс разрешения объективных противоречий между различными группами общественности, формирования доверия населения к правоохранительным органам, а также обеспечения обратной связи с гражданами.

Стоит отметить, что в связи с осуществлением деятельности, предполагающей расследование разного рода дел, в том числе связанных с интересами государства, работники PR-служб правоохранительных органов должны быть настоящими профессионалами, умеющими соблюдать оптимальный баланс гостайны и публичности. Правоохранительные государственные структуры являются частью системы государственного управления. PR-деятельность данного сегмента имеет особую специфику,

которая предполагает сочетание, с одной стороны, открытость обществу, с другой стороны, соблюдения принципов дозирования информации в силу определенной степени режима секретности данных организаций в части соблюдения гостайны. Кроме того, сокрытие фактов или, напротив, излишняя информация в этой области может вызывать неадекватное восприятие и негативные реакции со стороны разных социальных групп общества. Деятельность правоохранительных органов и информация об этой деятельности, как правило, всегда находятся в центре внимания гражданского общества, подвергаются регулярной критике в силу своей специфики. В то же время позитивные имиджи наделенных властью госструктур способны эффективно участвовать в общей государственной деятельности по формированию идеологии, системы ценностей, картины будущего, общих целей населения страны, региона, города. Все это делает проблематику данного исследования особенно актуальной.

Актуальность исследования обоснована также существующими недостатками в деятельности пресс-служб правоохранительных органов, в особенности — региональных и местных. Федеральные структуры гораздо активнее и профессиональнее выстраивают форматы коммуникаций с общественностью. Пресс-службы регионального масштаба имеют тенденцию к большей закрытости, нерегулярности в общении со СМИ и с местным населением, что влечет, как следствие, неэффективность внешней коммуникации, которая, в свою очередь, может формировать негативный имидж, например, местной полиции или управления исполнения наказаний.

Таким образом, актуальность работы заключается в необходимости исследования деятельности пресс-служб государственных правоохранительных структур для формирования положительного имиджа силовых ведомств в частности, и в целях поддержки позитивного отношения населения к государственной политике в целом.

Степень научной разработанности

Public Relations как наука появилась более века назад и за это время многие выдающиеся специалисты и учёные внесли свой вклад в его развитие. Разработкой системы паблик рилейшнз занимались такие учёные и практики как Ф. Котлер, Э. Райс, Д. Траут, Г. Почепцов, Ф. Дженкинс, Д. Ядин, В. Громова, А. Мирошниченко, И.П. Яковлев, И. Алешина, Е. Блажнов, С. Блэк, В. Горохов, В. Комаровский, Д. Маркони.

Френк Дженкинс и Д. Ядин являются авторами книги «Паблик рилейшнз», в которой представлен подробный анализ места и роли PR-менеджера в структуре организации в зависимости от её масштабов и специфики. Эл Райс и Джек Траут внесли неоценимую лепту в формирование PR, их теория позиционирования до сих пор пользуется огромной популярностью и доверием практиков в сфере с связей с общественностью. Британский автор Блэк С. в книге «Паблик рилейшнз» объясняет истинную природу практики PR как средства эффективного общения и расширения взаимопонимания. Китчен Ф. утверждает, что PR есть двусторонняя коммуникативная функция, помогающая достичь социально-значимых целей компании. Авторы Аги У., Фрэйзер С., Юэн С. исследуют историю становления PR в связи с влиянием экономических, политических и социальных изменений в обществе.

Книга Эдварда Бернейса «Кристаллизация общественного мнения» – первая и уже ставшая классической работа, посвященная PR как самостоятельной дисциплине. Написанная в 1923 году, она впервые четко и системно объясняет, что такое PR и чем занимается консультант по связям с общественностью.

У Н. В. Абельмаса в работе «Универсальный справочник по Паблик Рилейшнз» пиар выступает новым инструментом продвижения услуг, а также говорится о правильном его использовании. К. Хундхаузен, в свою очередь, рассматривал PR как инструмент интерпретации и интеграции. А. Сентеар и Г. Брума в своей работе определяют паблик рилейшнз как функцию управления, способствующую налаживанию или поддержанию взаимовыгодных связей

между организацией и общественностью.

Филлипс Д. в своей книге «PR в Интернете» дает обзор и оценку новой среды общения — Интернета, выявляет его возможности и механику использования. Оливер С. в «Стратегии в паблик рилейшнз» рассматривает огромное число моделей стратегического управления, возникших в последние несколько лет в условиях рынка электронной коммерции и Интернета. Книга Уилкокса Д. «Как создавать PR-тексты и эффективно взаимодействовать со СМИ» обучает новым технологиям электронных и спутниковых средств связи, созданию компьютерных графиков, использованию Интернета и др.

Также значительный вклад в изучение PR внесли: Катлип С.М., Ньюсом Д., Фрэйзер С., Бернейз Э., Грюниг Дж. и Хант Т., Буари Ф., Сегела Ж.

В отечественной науке также представлено множество работ в исследуемой области.

Рассмотрением особенностей работы PR в организациях занимался И. П. Яковлев. В книге «Паблик Рилейшнз в организациях» он даёт краткую характеристику связям с общественностью и тому, при каких условиях происходило их формирование, а также рассматривает специфику работы PR в разных сферах деятельности — политике, экономике, культуре.

Вопросом влияния средств массовой информации на общественность занимались такие учёные как М.Н. Володина, Д.И. Иванова, И.А. Толстик, Н.Б. Кириллова, Л. Коханова, А.Н. Назайкин, В.Г. Горчакова, О.В. Лысикова, Квеско стали авторами учебников о формировании управляемого имиджа. Г. Почепцов посвящает много работ разработке концепций паблик рилейшнз, исследованию коммуникативного пространства, а также профессии имиджеолога, которую рассматривает как способ достижения успеха в любой общественной среде. Почепцов обозначил роль PR–менеджера как одну из главенствующих в организационной политике компании. Книга Г. Почепцова «Профессия имиджмейкер» представляет собой руководство для профессионалов по связям с общественностью и непосредственных имиджмейкеров.

Отдельно стоит отметить российских ученых: Блажнов Е. А., Борисов Б. Л., Бочаров М. П., Горкина М., Доскова И.С., Мединский В., Почепцов Г. Г., Почекаев Р. Ю., Тульчинский Г., Чумиков А. Российские авторы в своих работах в основном уделяют внимание творческому синтезу теории и эмпирического материала, анализу отечественного и зарубежного опыта в сфере PR, подробно рассматривают структуру PR-деятельности, специфику политических и кризисных коммуникаций, имиджевых явлений.

Проблемой грамотного построения имиджа занимались такие учёные как Л. Браун, Д. Гриндер, В. Бэндлер, Г. Почепцов, А. Романов, А. Ходырев, В. Шепель, Г. Марченко, И. Носков, В. Бенедиктова, Ф. Гудман, Н. Козлов. В. М. Шепель в книге «Имиджелогия. Как нравиться людям» открывает тайны внешности для всех желающих углубить познания в области анализа личности. Эта книга незаменима для специалистов по PR, она даёт рекомендации для успешного формирования имиджа, как сотрудников, так и всей организации. Именно В. Шепель сказал, что задача имиджеологии как науки и искусства — обучить способам нравиться людям.

Значительный вклад в изучение системы массовых коммуникаций внесли такие ученые, как: Буданцев Ю. П., Иннис Г., Кастельс М., Лассуэл Г., Маклюэн М., Парк Р., Робертсон В. Д., Терин П., Федотова Л. Н., Фирсов Б. М., Хабермас Ю., Ховланд К., Черных А. И., Шерковин Ю.А.

Исследованию роли СМИ в современном обществе посвятили себя известные западные социологи Больц Н., Ленарт С., Луман Н., Миллер У., Ноэль-Нойман Э. Методологические проблемы массовой коммуникации анализируются в работах отечественных ученых Абдеева Р. Ф., Буданцева Ю. П., Виноградовой С. М., Конечкой В. П., Мельник Г. С., Почепцова Г. Г., Суханова А. П., Урсула А. Д.

Шарков Ф. И. уделяет отдельное внимание вопросам правового регулирования в рекламе, связях с общественностью и журналистике, излагает принципы правового обеспечения связей с общественностью и особенности правовых взаимоотношений в сфере СМИ. С. А. Варакута в книге «Связи с

общественностью» рассматривает сущность и теоретические основы связей с общественностью, дает характеристики внутрифирменной системы управления коммуникациями.

Сальникова Л. С. является автором издания «Репутационный менеджмент: современные подходы и технологии» о параметрах и компонентах деловой репутации, методах ее количественной и качественной оценки, основных характеристиках целевых аудиторий, таких как СМИ, органы власти, деловое сообщество, инвесторы, сотрудники компании и широкая общественность. И. Алексеева и Т. Гуляева в своей книге «PR высокого полета» затрагивают не только PR, но и общее развитие коммуникационной культуры в России.

Гундарин М.В. и Е.А. Гундарина в книге «Пресс-релиз» определяют, как избежать многочисленных ошибок и результативно выстроить свои отношения со средствами массовой информации с помощью пресс-релизов.

Шомова С., Ф. Эркенова, В. Караева, Н. Старых, Т. Гринберг, А. Сапкин, М. Пискунова, Е. Пронина, Е. Калиберда, М. Кузьменкова, М. Шилина в совместном издании «Связи с общественностью. Теория, практика, коммуникационные стратегии» рассматривают связи с общественностью в контексте коммуникационной концепции. Помимо теоретических положений, детально освещены связи с общественностью в условиях гражданского общества в политике и бизнесе.

Чумиков А., М. Бочаров и М. Тишкова являются авторами книги «PR в Интернете: Web 1.0, Web 2.0, Web 3.0», в которой дается обзор развития PR-коммуникаций в Интернете от этапа Web 1.0 к этапам Web 2.0 и Web 3.0.

Руженцева Н.Б. в издании «Стилистика и литературное редактирование рекламных и PR текстов» представляет теоретический материал и систему заданий для последовательной выработки навыков редакторской правки рекламных и PR-текстов, а также некоторых навыков, связанных с созданием текстов для этих сфер.

Гринберг Т.Э. в монографии «Коммуникационная концепция связей с

общественностью. Модели, технологии, синергетический эффект» проводит анализ связей с общественностью как коммуникационной системы, регулирующей социальную деятельность. Коммуникационные процессы в связях с общественностью рассмотрены с позиций синергетики, проанализирована взаимосвязь массовых и корпоративных коммуникаций в публичных отношениях.

Исследованию системы связей с общественностью в государственных структурах посвящено немало работ, однако изучение специфической деятельности пресс-служб правоохранительных органов испытывает определенный дефицит. Можно отметить несколько работ.

Четвертков Н.В. в первой части книги «Современная пресс-служба» анализирует процесс становления служб по связям с общественностью и пресс-служб, их законодательную базу в Российской Федерации, формы и методы работы со СМИ и журналистами, порядок освещения деятельности государственных органов власти в государственных средствах массовой информации, а также нормативные акты по аттестации отечественных и зарубежных корреспондентов при государственных органах власти России, об их полномочиях и обязанностях.

Ворошилов В.В. в учебнике «Современная пресс-служба» рассказывает о роли, структуре и методах работы пресс-служб, раскрывает особенности их функционирования в государственных и общественных организациях, показывает приемы их связи со средствами массовой информации.

В рамках данного исследования актуальной является работа М.М. Васильевой «Связи с общественностью в органах власти», содержащая исследования в области организации связей с общественностью в органах государственной власти. Наряду с развитием научно обоснованного подхода к данной проблеме, в книге систематизируется и раскрывается опыт практической деятельности сотрудников государственных правоохранительных PR-структур России и зарубежных стран.

Объектом исследования выступает практическое осуществление

деятельности пресс-службы Государственного управления федеральной службы исполнения наказаний России по Красноярскому краю.

Предметом исследования является специфика PR-деятельности правоохранительных органов в области оптимального сочетания публичности и соблюдения гостайны.

Цель исследования заключается в выявлении особенностей и механизмов процесса работы PR-служб в органах государственной власти на примере Государственного управления федеральной службы исполнения наказаний по Красноярскому краю на предмет соблюдения принципа оптимального баланса гостайны и публичности.

Исходя из цели исследования, предполагается решение следующих **задач**:

1. Рассмотрение специфики и тенденций PR-деятельности в российских государственных учреждениях.
2. Определение особенностей функционирования региональных PR-служб правоохранительных органов.
3. Анализ PR-деятельности Управления взаимодействия со СМИ федеральной службы исполнения наказаний по Красноярскому краю на предмет оптимального сочетания открытости и соблюдения гостайны.
4. Разработка рекомендаций по совершенствованию коммуникаций со СМИ и общественностью для Управления взаимодействия со СМИ федеральной службы исполнения наказаний по Красноярскому краю.

Методологическую основу исследования составили такие методы, как общенаучный метод, метод системного анализа, метод моделирования и т.д. Научный метод — это система правил и предписаний, направляющих человеческую деятельность к достижению поставленной цели. Общенаучные методы используются повсеместно, и включают в себя теоретический и эмпирический уровень. Результатом теоретического общенаучного метода в данной работе выступает построение гипотезы, выявление закономерностей, формирование выводов исследования.

Метод системного анализа — это определенный способ мышления по

отношению к организации и управлению. Системный анализ используется в теоретическом и практическом осмыслении предмета исследования.

Теория рекламы, массовых коммуникаций, теория связей с общественностью являются основой изучения деятельности современных государственных PR-структур.

Метод моделирования — это изучение объекта путем создания и исследования его модели. Данный метод применяется в работе как способ исследования PR-деятельности конкретной пресс-службы и для разработки рекомендаций.

Гипотеза работы заключается в том, что службы по связям с общественностью правоохранительных органов должны удовлетворять интересы общества посредством дозированной выдачи достоверной информации по важным для общественности темам и заранее предусматривать допустимые ответы на вопросы СМИ и обращения граждан с целью соблюдения государственной тайны и режима секретности. В случае использования профессиональных подходов к сфере коммуникаций со средствами массовой информации и осуществления деятельности на системной основе, с одной стороны, будет соблюден принцип публичности и открытости в деятельности государственных правоохранительных органов, с другой, будут предотвращены возможные информационные риски по разглашению гостайны и утечке излишней информации.

Теоретическая и практическая значимость исследования выражается в том, что сформулированные теоретические положения и выводы могут быть использованы при дальнейшем изучении теоретических проблем осуществления PR-деятельности в правоохранительных органах государства в научно-исследовательской деятельности и учебном процессе.

Новизна исследования выражается в ракурсе исследования. В работе предпринято комплексное изучение PR-деятельности государственных правоохранительных органов на примере конкретного учреждения в аспекте проблемы поиска оптимального баланса публичности и гостайны в ходе

осуществления подобной деятельности.

Что касается **информационной базы исследования**, то ее составили фактические материалы, опубликованные в научной литературе и периодической печати, научные диссертации на заданную тематику, а также материалы российских исследователей по данному вопросу. Также в силу специфики рассмотрения в работе используются материалы, предоставленные пресс-службой ГУФСИН России по Красноярскому краю.

Структура дипломной работы обусловлена предметом, объектом, целью и задачами исследования. Работа состоит из введения, двух глав, содержащих по два параграфа, заключения и списка использованных источников.

1 АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ PR-ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ГОСУДАРСТВЕННЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ

1.1 Специфика методов и приемов в сфере связей с общественностью в государственных структурах

Public Relations (PR) — один из феноменов современной мировой политической культуры, который получил широкое распространение в сферах, связанных с менеджментом и маркетингом в развитых странах в начале 1970-х годов. Сам термин Public Relations (англ. — связи с общественностью) впервые был использован в 1807 году, третьим Президентом США Джефферсоном Т. Задача PR — это повышение доверия целевой аудитории по отношению к конкретному лицу (организации). В современной научной литературе Public Relations имеет около 500 различных трактовок и определений. Приведем некоторые из них:

Public Relations — это система некоммерческих связей с общественными организациями, воздействия на общественное мнение через средства массовой информации [42].

Public Relations — это планомерная постоянно осуществляемая деятельность по обеспечению равноправного информационного взаимодействия и через это взаимопонимания между организацией и ее общественностью [42].

PR в государственной сфере — это управление массовыми политическими коммуникациями, информационными процессами и информационными потоками. Эта сфера деятельности требует исключительных профессиональных навыков, организаторских способностей и, несомненно, творческого подхода. Смело можно сказать, что управленческий PR сегодня важен как для политических партий и общественно-политических организаций, так и для органов государственной власти и муниципального управления. Основные векторы деятельности специалистов PR в государственных структурах можно охарактеризовать следующим образом [43]:

- информирование общественности о государственной политике в сфере

внешней и национальной безопасности, социально-экономических планов, текущей ситуации в стране;

- создание, поддержание и расширение связей и контактов с общественностью, а также с другими субъектами социально-политических процессов;

- изучение общественного мнения, социально-политических процессов и политической конъюнктуры;

- отслеживание общественных реакций на принимаемые действия или политические заявления, предотвращение информационных рисков;

- прогноз развития общественно-политических процессов;

- формирование благоприятного имиджа государственной власти, всех субъектов государственного управления и их руководителей.

Базируясь на существующей в России трехуровневой организации государственного управления, можно выделить три уровня PR, каждый из которых обладает собственной спецификой, связанной с преобладанием тех или иных ресурсов — это федеральный, субъектный и местный уровни.

Наиболее популярные технологии управленческого PR: политический консалтинг, слухи, политическая и социальная реклама, пропаганда, манипуляция, управление имиджем.

Все действия и выступления руководителей и представителей государственных органов власти перед публикой должны быть тщательно спланированы и обдуманы. Здесь речь идет, прежде всего, о формах подаваемой информации — информация в сфере государственного управления часто воспринимается в глазах общественности как само действие.

Помимо формальных каналов массовой коммуникации, важной областью PR являются неформальные коммуникации. Под неформальными коммуникациями обычно понимают устные коммуникации по примеру слухов или сплетен, на первый взгляд неуправляемых, развивающихся стихийно и самостоятельно, но зачастую прописанных и заготовленных, существующих вне официального социального пространства. От формальных коммуникаций

неформальные отличаются неофициальным источником информирования, имеют трудности в определении степени правдивости самой информации. Неформальные коммуникации также управляемы и контролируемы, будь то со стороны политиков, социальных групп или государства в целом. В современном информационном обществе они проявляются в новых формах, используя новые методики и технологии массовой коммуникации. С развитием истории неформальные коммуникации приспосабливаются к сложившемуся массовому сознанию и исторически сложившейся социальной, политической или экономической ситуации, определенным образом модернизируются: в мире интернет-технологий, например, массово применяется вирусный и партизанский маркетинг.

Работа с новыми неформальными коммуникациями сложна, занимает массу времени и усилий, но оказывается в итоге весьма успешной. Например, наблюдать подобное можно на публикациях через официальные каналы информации, которые связаны с компроматом. В наиболее эффективных формах компромат становится слухами, которые либо порочат кого-то, либо наоборот, придают новый уровень значимости. Как известно, компрометирующая информация в состоянии долго функционировать. К неформальным коммуникациям политического PR относят слухи и сплетни.

Слухи — это функционирование массовой информации по неформальным каналам. Свою важность в сфере изучения и управления общественным мнением слухи приобрели не случайно, поскольку они являются значимой формой выражения массового восприятия события или субъекта, а также эффективным каналом политического воздействия на массы. В интернет-пространстве современной модификацией слухов являются вирусный и SMM-маркетинг.

Далее стоит рассмотреть еще один из основных методов PR в государственной сфере — это пропаганда. Обычно пропагандой называют метод психологического воздействия на массовое сознание, распространение фактов или слухов, в некоторых случаях заведомо ложных, с целью

формирования общественного мнения и иных целей в зависимости от ситуации [33].

В глобальном смысле пропаганда как метод PR реализует функцию ценностной ориентации сознания, базируется на определенных психологических механизмах. Исходя, на первый взгляд, из разных целей этих двух коммуникаций, можно говорить о различии методов работы пропаганды и PR. Однако выяснить четкое соотношение пропаганды и PR в сфере государственного менеджмента весьма непросто, поскольку во многих научных источниках перед нами предстают различные точки зрения по данной проблеме. И. Березин считает, что «сложно разделить PR и их составную часть — пропаганду — распространение взглядов и теорий, сопровождающееся усиленной агитацией» [33]. Из данного суждения несложно понять, что автор разделяет мнение о том, что пропаганда есть составная часть PR. В свою очередь российский исследователь Старобинский Э. готовит о том, что «PR — форма пропаганды, призванная создать общественное мнение о товаре» [33].

Егорова-Гантман Е. и Плешаков К. отмечают: «По нашему мнению, и то, и другое — формы политической коммуникации, отличающиеся по методам воздействия на общественное сознание с целью изменения установок в отношении того объекта, в интересах которого ведётся это воздействие» [25].

Таким образом, опираясь на многочисленные мнения в научной классической и современной литературе, можно выявить пять основных соотношений PR и пропаганды: PR и пропаганда являются самостоятельными и радикально различающимися видами деятельности; пропаганда — это черный PR; пропаганда — один из инструментов PR-воздействия; PR — один из видов пропагандистской деятельности; пропаганда — первая, неразвитая манипулятивная модель PR.

Пропаганда — деятельность по изменению ценностей и взглядов, а деятельность PR обычно направлена на формирование взаимовыгодных отношений между субъектами. Пропаганда обычно действует на глубоком уровне, через различные социальные институты (культура, образование,

религия). Также у пропаганды и PR отлична длительность действия: пропаганда обычно работает в долгосрочной перспективе, в то время как PR в среднесрочной или краткосрочной. Почепцов Г. различает пропаганду и PR по стратегиям. По мнению автора, стратегия PR заключается в формировании доверия и позитивного отношения к субъекту, в то время как пропаганда формирует убеждения и конкретный тип поведения [43].

Следующий метод PR — манипулирование, что в психологии считается особым видом воздействия, использование которого приводит к появлению у человека намерений, не являющихся истинным и актуальными. Каждое воздействие, целью которого является изменение поведения объекта в том направлении, которое необходимо для субъекта, даже если это действие совершается во благо, но без согласия объекта, выступает как манипулятивное. Данный метод применяется вне зависимости от желания и воли субъекта. В отличие от пропаганды, на которую человек, грубо говоря, дает свое внутреннее согласие, манипулирование действует на уровне подсознания. Обычно это скрытое управление мотивацией, игра на человеческих слабостях или странных наклонностях, которые выступают в качестве основной мишени жертвы. В СМИ манипуляция ведется на аудиторию в глобальном масштабе.

Одним из важнейших инструментов PR — воздействия выступает такое явление, как управление имиджем. Конечной целью данного метода является создание успешного имиджа организации или личности и его грамотная поддержка. Достигается данная цель с помощью ряда задач, суть которых заключается в проведении мероприятий по управлению имиджем, повышению его конкурентоспособности. Метод управления имиджем в практике связей с общественностью обычно входит в предварительно общую стратегическую программу PR-коммуникаций предприятия.

Достижение задач по управлению имиджем должно происходить согласно ряду особенностей создания имиджа в рамках социо-культурных и исторических условий развития конкретного общества. Во-первых, необходимо учитывать объем открытой информации о реальных явлениях и процессах. Во-

вторых, важно различать присутствие «фильтров недоверия» по отношению к государственной пропаганде. В-третьих, важно знать механизмы взаимодействия различных политических имиджей. Имидж государства и органов власти обычно рассматривается как итог обработки массовым сознанием отражения конкретного образа, созданного на основе некой реальности. Имидж политика или государственной структуры строится на некоторых составляющих: представление о субъекте власти, оптимальная модель планируемого имиджа, искажения за счет каналов трансляции имиджа, а также итог работы субъекта восприятия. При управлении имиджем важно то, что уже имеющееся представление о субъекте со стороны публики не должно в корне противоречить планируемому имиджу, который поддерживается имиджмейкерами.

Помимо методов политического PR существуют также приемы, применяемые в публичной политике, — это комплекс конкретных мер в рамках массовой коммуникации, с помощью которых PR-специалисты достигают коммуникативных целей по продвижению какого-либо политического субъекта [35]. К числу традиционных PR-приемов в политике можно отнести:

- интервью с политическим лицом, руководителями федеральных, региональных государственных структур;
- акцент на актуальных проблемах страны, города или района. Представители власти демонстрируют равнодушие к данной теме, тем самым привлекая внимание общественности к себе и к проблеме;
- скрытая реклама через вирусные ролики или небольшие сообщения в прессе на актуальные темы. Сначала внимание общественности привлекает сам факт события, постепенно информация о событии начинает привязываться к имени кандидата, после чего массовое сознание уже не отделяет одно от другого;
- утечка положительной информации о деятельности организации. Обычно подобные сообщения транслируются от третьего лица, чтобы создать впечатление независимости и правдивости. Также это могут быть

«независимые» опросы общественности по тем или иным актуальным проблемам;

– эффект эмоционального нагнетания, который заключается в обращении не к рациональной сфере социума, а к эмоциональной. Данный прием зачастую использует такие как негативные, так и положительные эмоции;

– прием «поток сознания», который создается путем подачи непрерывной информации, из-за количества которой сложно проследить какие-либо тенденции. Усиливают этот эффект сложные теоретические данные и прочее;

Вследствие всего вышесказанного можно сделать вывод о том, что PR в государственной сфере использует весь предлагаемый спектр различных приемов и методов в области формирования общественного мнения и позитивных имиджей, с помощью которых реализует свои цели. При этом службы по связям с общественностью в области государственного управления несут ответственность не только за имидж непосредственно своей организации, но и вносят положительные или негативные характеристики в общую картину формирования представления и мнения в массовом сознании о государстве в целом.

1.2 Проблема соотношения открытости и соблюдения гостайны в правоохранительных органах в области связей с общественностью

Свобода информации и право на свободный доступ к информации гарантируется и регулируется во всех цивилизованных странах законодательным образом. В России конституционное право гражданина на информацию впервые было закреплено в Декларации прав и свобод человека и гражданина 1991 года [5]. Согласно ч. 2 ст. 13 Декларации каждый имеет право искать, получать и свободно распространять информацию. Ограничения этого права могут устанавливаться законом только в целях охраны личной, семейной, профессиональной, коммерческой и государственной тайны, а также нравственности. Перечень сведений, составляющих государственную тайну,

устанавливается законом.

Согласно п. 1 ст. 29 Конституции РФ [31], гарантируется свобода мысли. А статья 13, в свою очередь, признает идеологическое многообразие, ведь никакая идеология не может устанавливаться в качестве государственной или обязательной. В ч. 2 ст. 29 Конституции РФ список правомочий, составляющих право на информацию, дополнен правом передавать и производить информацию. Общие основания законодательных ограничений права на информацию, в отличие от Декларации, в ныне действующей Конституции РФ не приводятся, поскольку они следуют из общих принципов ч. 3 ст. 55 Конституции РФ.

Законодательные понятия государственной информационной политики содержатся в ст. 2 Федерального закона от 20.02.1995 № 24-ФЗ «Об информации, информатизации и защите информации» [5]. Согласно этому закону информация — это сведения о лицах, предметах, фактах, событиях, явлениях и процессах независимо от формы их представления. Определив информацию как сведения, законодатель тем самым указывает на ее субъектный и предметный характер. Субъектный характер информации выражается в том, что она актуально или потенциально принадлежит кому-то, представляет ценность для кого-то. Синонимами слова «сведения» являются «знание», «познания», «осведомленность». В то же время информация — это всегда сведения о чем-либо, т. е. они всегда предметны [5].

Особо следует отметить, что юристы часто подчеркивают факт отсутствия в ст. 2 Закона об информации упоминания такого информационного процесса, как передача информации. Дело в том, что передача информации не поглощается распространением информации. Хотя эти процессы и могут выражаться в одних и тех же действиях, они различаются по своим целям и своему содержанию: передача информации происходит между двумя субъектами, в то время как распространение информации — это передача ее множеству различных субъектов. Распространение информации всегда преследует цель ее опубликования, в то время как передача может совершаться

конфиденциально. Часть 2 Конституции РФ предусматривает, как право передавать информацию, так и право ее распространять [31].

Важным в рамках данного исследования является факт о том, что перечень сведений, составляющих государственную тайну, определяется федеральным законом, который выступает регулятором вводимых ограничений права на информацию. Этот конституционно-правовой предел определяет права каждого на свободное осуществление информационных процессов (свободный поиск, получение, сбор, хранение, обработку, передачу и распространение информации). Закон о государственной тайне, как и соответствующие ему ограничения, устанавливаемые законом, обусловлен конституционно значимой целью обеспечения безопасности государства, поскольку в Законе о государственной тайне государственная тайна определяется как защищаемые государством сведения в области его военной, внешнеполитической, экономической, разведывательной, контрразведывательной и оперативно-розыскной деятельности, распространение которых может нанести ущерб безопасности Российской Федерации (ст. 2) [26].

Закон о государственной тайне определяет перечень сведений, составляющих государственную тайну, из которых напрямую к ответственности правоохранительной системы относятся следующие виды сведений [26]:

- дислокации, назначении, степени готовности, защищенности режимных и особо важных объектов, об их проектировании, строительстве и эксплуатации;

- дислокации, действительных наименованиях, об организационной структуре, о вооружении, численности войск и состоянии их боевого обеспечения, а также о военно-политической и (или) оперативной обстановке;

- дислокации, предназначении и степени защищенности объектов административного управления, о степени обеспечения безопасности населения, о функционировании транспорта и связи в Российской Федерации в целях обеспечения безопасности государства;

- системе президентской, правительственной, шифрованной, в том числе

кодированной и засекреченной связи, о шифрах, о разработке, об изготовлении шифров и обеспечении ими, о методах и средствах анализа шифровальных средств и средств специальной защиты, об информационно-аналитических системах специального назначения;

- расходах федерального бюджета, связанных с обеспечением обороны, безопасности государства и правоохранительной деятельности в Российской Федерации;

- подготовке кадров, раскрывающие мероприятия, проводимые в целях обеспечения безопасности государства;

- мерах по обеспечению защищенности критически важных объектов и потенциально опасных объектов инфраструктуры Российской Федерации от террористических актов.

Кроме того, закон определяет персональную ответственность лиц, допущенных к гостайне: «Должностные лица и граждане, виновные в нарушении законодательства Российской Федерации о государственной тайне, несут уголовную, административную, гражданско-правовую или дисциплинарную ответственность в соответствии с действующим законодательством» [26].

В информационном обществе право на информацию обретает новые характерные черты в силу того, что информация получает статус источника стоимости. В связи с этим информационная политика с одной стороны, все более четко регулируется, с другой стороны, граждане должны получать более широкие права в области свободы информации.

Эти принципиальные факторы определяют некоторые проблемы в данной области, в первую очередь — в области государственной информационной политики. С одной стороны, государство гарантирует право на свободу информации, с другой стороны, обязано осуществлять защиту государственной и персональной информации. В полной мере это относится к правоохранительным структурам.

Силовые структуры одними из первых в России поставили на

профессиональную основу коммуникации по связям с общественностью. Это вполне объяснимо, так как именно для этих структур характерно особое реагирование на социально-политические кризисные ситуации, разрешение и смягчение которых и становится основным в их работе с общественностью.

Нужно отметить, что современная российская практика паблик рилейшнз весьма противоречива. В PR-подразделениях органов власти и управления под «связями с общественностью» подчас понимается пропаганда успехов администрации, задачами пресс-служб считается охранение имиджа руководителей от каких-либо негативных мнений со стороны общественности. Кроме того, для правоохранительных структур характерен особый режим подчиненности, близкий к воинской субординации. С этим связаны случаи «слепого» подчинения и излишне прямого толкования пожеланий и высказываний начальства.

Государство пытается доминировать в процессе выработки ценностей и ключевых установок общественного мнения. В новых социально-политических условиях оно вынуждено изобретать механизмы опосредованного контроля над негосударственными СМИ.

Информационная политика, заключающаяся в консолидации СМИ в руках государства, имеет свои положительные последствия. Так, в рамках информационного противостояния вокруг Крымского конфликта власть с помощью механизмов масс-медиа сумела сформировать российское общественное мнение в нужном ключе, не только получив одобрение большинства граждан страны, но и придав новый уровень чувствам патриотизма в массовом сознании.

Цели и задачи PR-служб и подразделений государственных органов непосредственно законодательно закреплены, для чего в каждом органе государственной власти создаются положения о службе по связям с общественностью, позволяющие регулировать их деятельность.

Говоря об особенностях функционирования PR-служб правоохранительных органов, нельзя не отметить, что в нашей стране проблема

пиара правоохранительных органов упирается в две негативных тенденции, присущие российской правоохранительной системе. Первая тенденция — умение действовать только по инструкции вышестоящего начальства, по плану и без собственной инициативы. Это во многом лишает человека воображения и творческого подхода к работе, что является необходимым условием для профессиональной и гибкой политики общения, в частности, с представителями средств массовой информации.

Вторая тенденция заключается в несколько высокомерном отношении представителей власти к остальным гражданам. Зачастую форма и служебное удостоверение налагают не только ответственность, но и излишнюю значимость на их обладателя.

Задачами PR-служб правоохранительных органов в целом, в частности-PR-подразделений Федеральной службы исполнения наказания (далее — ФСИН), является не только информирование общественности о результатах и направлениях своей деятельности, но и мероприятия по созданию и поддержанию позитивного имиджа среди населения.

ФСИН выделилась из системы МВД 15 лет назад и де-юре находится в системе Минюста. Отношение общества и отдельных социальных групп населения к этому ведомству по определению характера деятельности имеет негативный оттенок. Тому причинами являются стереотипы о жестоких методах работы сотрудников службы исполнения наказаний, об условиях и «правилах тюремной жизни», «воровских законах» и т.п. Эти стереотипы постоянно актуализируются в массе современных детективных сериалов и популярных книг того же жанра. Кроме того, время от времени в СМИ появляются публикации реальных фактов о беспорядках в колониях, о нарушениях в деятельности сотрудников ФСИН.

Все это, разумеется, значительно осложняет работу специалистов пресс-служб данного ведомства.

В первую очередь, стоит отметить нормативно-правовые ограничения работы подразделений связей с общественностью. Пресс-службы

государственного управления осуществляют свою деятельность в соответствии с такими нормативными актами, как Конституция РФ, Федеральный закон «О средствах массовой информации» [27], другими федеральными законодательными актами в сфере свободы и защиты информации, в том числе — в соответствии с законом о государственной тайне.

Пресс-службы региональных отделений силовых ведомств не только осуществляют реализацию информационной политики, но и регулируют общение со СМИ всех подразделений и сотрудников управления. В этом смысле они несут полную ответственность за всю исходящую информацию.

Избранный предмет исследования испытывает явный дефицит в области научного исследования. Проблемы свободы и защиты информации рассматриваются чаще всего в правовом ракурсе, реже — в социально-политическом поле. Что касается системного изучения данной проблемы с точки зрения теории связей с общественностью — пока эта проблема не носит характера системных исследований. Однако в рамках данной работы весьма актуальными являются социологические исследования общей открытости в деятельности правоохранительных органов. Например, последние исследования в этой области проектного центра «Инфометр» подтверждают факт высокой степени закрытости этих структур в области общения с населением. В частности, исследование, предпринятое в феврале 2016 г., показывает, что все исследуемые сайты органов МВД имеют схожую структуру и размещают информацию по примеру главного сайта МВД. Плюсом в этой ситуации является неплохая техническая оснащённость ресурсов, минусом — деятельность самих территориальных органов внутренних дел раскрыта недостаточно. Прежде всего, это касается сведений об антикоррупционной деятельности и о работе с обращениями граждан. По сравнению с прошлым годом, информационная открытость федерального МВД возросла на 17,2%, а открытость региональных управлений только на 5,5% [63].

Информация о противодействии коррупции представлена на сайтах хуже всего. Почти все территориальные управления МВД создали на своих ресурсах

антикоррупционные разделы, однако информация в них дублирует содержание аналогичного раздела на сайте федерального МВД. Сведения о работе по борьбе с коррупцией в регионе и локальные информативные акты по этим вопросам, как правило, не представлены [63].

В области работы с обращениями граждан размещены графики приема граждан, телефоны для справок, а вот информацию о том, кому, как и где можно обжаловать действия, связанные с приемом или отказом в приеме заявлений и сообщений о преступлениях, можно найти лишь на нескольких сайтах [63].

Все это говорит о явной тенденции к закрытости в области связей с общественностью правоохранительных структур. Конечно, силовые ведомства в силу своих обязанностей и полномочий призваны к обеспечению безопасности на подведомственных территориях — в том числе в области информационной безопасности. И необходимо отметить, что, действительно, довольно большая часть информации составляет здесь государственную тайну. Например, съемки на территории колонии всегда жестко согласовываются и планируются в соответствии с перечнем сведений в Законе о гостайне в части охранения сведений об объектах режимного характера, о степени обеспечения безопасности населения, по обеспечению защищенности критически важных объектов и потенциально опасных объектов инфраструктуры Российской Федерации от террористических актов.

С другой стороны, экскурсии представителей СМИ являются весьма полезными для формирования положительного имиджа местных служб исполнения наказаний. Информация об условиях проживания заключенных, обеспечения их работой, уровнем медицинского обслуживания и т.п. — все эти факторы интересны не только родственникам заключенных, но и имеют важное значение для формирования общего имиджа государственной власти в глазах общественности.

Важнейшим механизмом деятельности PR-структур является взаимодействие со СМИ. В этой области принципиальное значение имеет регулярная основа взаимодействия с масс-медиа в целях предупреждения

информационных рисков. Пресс-службы региональных ведомств стараются выстроить доброжелательные и долгосрочные отношения с местными журналистами, чтобы иметь информацию о появляющихся слухах и фактах обращения граждан в СМИ. Для этого пресс-служба должна предоставлять интересную информацию «дружественным» СМИ. В этом процессе у специалиста пресс-службы как раз и возникают внутренние конфликты с подразделениями и руководителями, когда, с одной стороны, он должен убедить руководство в необходимости подачи той или иной информации, с другой стороны, соблюсти все требования режима секретности и дозированной информации.

Среди основных функций Управления по взаимодействию со СМИ Федеральной службы исполнения наказаний по Красноярскому краю можно выделить следующие:

- сбор и анализ информационных материалов в СМИ о деятельности правоохранительных органов Красноярского края;
- информирование руководителей Генеральной прокуратуры РФ о материалах, публикуемых в СМИ, о работе органов Управления, в том числе по вопросам наличия сведений о возможных нарушениях закона. Особое внимание при этом должно уделяться информации о нарушениях прав и свобод граждан, нарушениях, допущенных при расследовании уголовных дел;
- деловое сотрудничество со СМИ и общественностью в целях укрепления законности и правопорядка;
- содействие СМИ в подготовке материалов о работе Государственного управления федеральной службы исполнения наказаний, ее структурных подразделений;
- поддержание и совершенствование связей органов управления со СМИ и общественными объединениями в целях максимальной информированности населения о работе ГУФСИН по укреплению законности, защите конституционных прав и свобод человека и гражданина, участию в правотворческой деятельности, международно-правовому сотрудничеству,

координации деятельности правоохранительных органов по борьбе с преступностью, восстановлению законных прав и интересов граждан;

- методическое руководство и координация деятельности ГУФСИН РФ по взаимодействию со СМИ и общественными объединениями;

- информационное сопровождение официального сайта Государственного управления федеральной службы исполнения наказаний по Красноярскому краю в сети Интернет.

Как видно, эффективная реализация указанных функций должна способствовать более успешному взаимодействию ГУФСИН с общественностью, а также поднимать ее авторитет и улучшать ее имидж среди СМИ, общественных организаций и населения.

Также при рассмотрении структуры пресс-службы ГУФСИН по Красноярскому краю взаимодействия со СМИ стоит отметить, что сотрудниками отделов являются федеральные государственные гражданские служащие. Они осуществляют свою деятельность в пределах компетенции отдела и в соответствии с распределением обязанностей, установленным распоряжением начальника пресс-службы. Что касается федеральных государственных гражданских служащих, то они осуществляют свои обязанности в соответствии с должностными регламентами [15], руководствуясь, в том числе и Законом о государственной тайне в случаях допуска к соответствующим сведениям.

Деятельность пресс-службы осуществляется по следующим направлениям:

- предоставление информации о наиболее актуальных направлениях деятельности ГУФСИН по Красноярскому краю представителям СМИ и ее обработка;

- рассмотрение обращений представителей печатных и электронных СМИ;

- участие в работе редакционно-издательских и художественных советов издательств, объединений, а также их консультирование по вопросам создания

произведений по проблемам деятельности федеральной службы исполнения наказаний;

- организация мероприятий с участием работников ГУФСИН по Красноярскому краю (в частности, брифингов, пресс-конференций и т.д.);

- оказание помощи работникам федеральной службы исполнения наказаний в подготовке выступлений и ответов на публикации в печатных и электронных СМИ;

- организация встреч, круглых столов и других мероприятий с участием руководителей ГУФСИН и представителей печатных и электронных СМИ, общественных организаций;

- организация выступлений руководителей и работников ГУФСИН в печатных и электронных СМИ [44].

К приведенным направлениям деятельности также стоит добавить, что пресс – служба ГУФСИН по Красноярскому краю обеспечивает личное участие представителей Управления в теле- и радиопередачах, организует выступления руководителей, участвует в организации публицистических и информационно-аналитических теле- и радиопередач.

В практической деятельности пресс-службы стоит отдельно отметить такое важное направление как участие в составлении итоговых отчетов, содержащих сведения о взаимодействии Управления разных уровней со СМИ, в частности, об их выступлениях на различную тематику.

Итак, как и всякий институт государственной власти, ГУФСИН осуществляет формирование своего имиджа на основе взаимодействия со СМИ. Пресс-служба освещает события, интересные для общественности. Среди них могут быть, например, амнистия или торжественные мероприятия, проводимые организацией.

Подводя итог, следует отметить, что процесс формирования положительного имиджа института государственной власти средствами PR-службы может быть рассмотрен через социальное партнерство как логическое продолжение системных принципов управления. В системе партнерских

отношений находится такое сочетание целей, которое опирается на поиск компромисса между основными субъектами социокультурного пространства (орган исполнительной власти, население, СМИ).

Ведущими характеристиками становятся возможность влиять на общественное мнение, что играет огромную роль при учете таких характеристик, как охват аудитории, количество обращений журналистов, а также качество изданий, с которыми сотрудничает PR-служба. Проведение социологических опросов и рейтингов — также один из правовых способов создания имиджа института власти.

Каждый институт государственной власти при условии соблюдения принципов профессиональных подходов, в том числе в области связей с общественностью, базируется на принятии за каждым человеком законных и неотчуждаемых прав, а общество воспринимает политические институты, как структуры, действующие в его интересах.

Необходимость регулярного предоставления общественности объективной информации поднимает вопрос о совершенствовании деятельности пресс-службы регионального Управления ФСИН по всем направлениям в сфере связей с общественностью.

Эмпирический анализ практической деятельности пресс — службы ГУФСИН по Красноярскому краю и рекомендации по совершенствованию ее деятельности будут представлены во второй главе.

2 БАЛАНС ОТКРЫТОСТИ И СОБЛЮДЕНИЯ ГОСТАЙНЫ В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ PR-ПОДРАЗДЕЛЕНИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫХ ПРАВООХРАНИТЕЛЬНЫХ ОРГАНОВ: ПОИСК ОПТИМАЛЬНЫХ РЕШЕНИЙ

2.1 Особенности функционирования региональных PR-служб

правоохранительных органов: эмпирический анализ деятельности Управления взаимодействия со СМИ федеральной службы исполнения наказаний по Красноярскому краю

Для изучения практического функционирования PR-подразделений государственных силовых структур была выбрана пресс-служба Государственного управления федеральной службы исполнения наказаний по Красноярскому краю.

Основной функцией пресс-службы ГУФСИН со СМИ является реализация информационной политики Государственного управления Федеральной службы исполнения наказаний на разных уровнях и формирование благоприятного имиджа ведомства. Пресс-служба контролирует взаимодействие со СМИ и общественными объединениями всех подразделений ГУФСИН; поддерживает постоянные контакты с пресс-службами всех органов исполнительной и законодательной власти и правоохранительных органов.

Основные направления деятельности Управления по взаимодействию со СМИ Федеральной службы исполнения наказаний по Красноярскому краю сформированы в следующие блоки [44]:

- мониторинг и аналитика информации, публикуемой в СМИ, о деятельности ГУФСИН по Красноярскому краю, об обращениях граждан в связи с деятельностью территориального управления и выявляемых нарушениях законодательства;
- подготовка материалов для СМИ (пресс-релизы, пресс-киты, интервью, другие), организация пресс-конференций, брифингов и иных мероприятий в целях объективного освещения деятельности ГУФСИН, организация и обеспечение работы журналистов на мероприятиях, связанных с интересом общественности и СМИ, в том числе — в комплексных и тематических проверках деятельности управления;
- рассмотрение и подготовка ответов на запросы средств массовой информации и общественных организаций;

- организация и обеспечение деятельности общественных советов при ГУФСИН и информирование о социальных проектах;
- администрирование официального сайта: подготовка и публикации информации, поддержка и мониторинг обратной связи;
- подготовка информационных материалов и консультирование авторов по вопросам создания произведений и публикаций по вопросам деятельности федеральной службы исполнения наказаний, организация и обеспечение пресс-туров, экскурсий представителей СМИ в подразделениях регионального управления, оказание помощи работникам федеральной службы исполнения наказаний в подготовке выступлений и ответов на публикации в печатных и электронных СМИ, организация выступлений руководителей и работников ГУФСИН в печатных и электронных СМИ.

Возглавляет Управление взаимодействия со СМИ ГУФСИН по Красноярскому краю Начальник пресс-службы. На момент предпринятого исследования им является Броцман Екатерина Аркадьевна. Начальник пресс-службы наделен рядом функций, среди которых:

- руководство пресс-службой ГУФСИН по Красноярскому краю, организация его работы и ответственность за выполнение возложенных на пресс-службу задач;
- информационное сопровождение всех мероприятий ГУФСИН по Красноярскому краю;
- рассмотрение переписки с представителями СМИ, общественными объединениями, организациями, гражданами;
- организация планирования работы пресс-службы, учет и анализ ее результатов, проведение оперативных совещаний по наиболее важным вопросам;
- обеспечение взаимодействия Государственного управления федеральной службы исполнения наказаний по Красноярскому краю с другими подразделениями ГУФСИН;
- организация работы по информированию работников центрального

аппарата ГУФСИН о публикациях в СМИ, затрагивающих вопросы деятельности органов и учреждений службы исполнения наказаний [44].

Как и всякий институт государственной власти, ГУФСИН осуществляет формирование своего имиджа на основе взаимодействия со СМИ. События, которые представляют интерес для общественности и для журналистов в данной сфере, — это, например, амнистия, информация о реальной жизни в зонах ограничения свободы личности (возможность работать, отдыхать, встречать, например, Новый год и др.).

Такой повышенный интерес российской общественности к жизни «за решеткой» связан с особенностями самого российского менталитета, где совершенно не рядовое место занимает «тюремная романтика», в субкультурах бытует «воровской» жаргон, жанр «шансон» успешно соседствует в российской культуре наряду с романтизмом, роком и поп-культурой, а русская поговорка «от тюрьмы и от сумы не зарекайся» уже веками является устойчивым стереотипом российского массового сознания.

В условиях подобного интереса явно усложняются генетические и официально декларируемые задачи пресс-службы. С одной стороны, для формирования и поддержки позитивного имиджа организации необходима максимальная открытость обществу и средствам массовой информации. С другой стороны, в данной сфере требуется особый уровень контроля исходящей информации: и в силу законодательных ограничений, и по причинам контроля и предупреждения информационных рисков в области сохранения общественного спокойствия и сохранения позитивного имиджа государственной структуры.

Эта сложнейшая парадигма и определяет специфику работу пресс-службы ГУФСИН.

В условиях современного информационного общества и повсеместного проникновения глобальной сети большой блок работы любой PR-структуры посвящен созданию и администрированию официальных web-ресурсов, а также контролю неформальных сетевых коммуникаций. В связи с этим необходимо обратиться к официальному сайту ГУФСИН.

Сайт ГУФСИН по Красноярскому краю размещен по адресу <http://24.fsin.su/>. Обозревая контент и формальные характеристики сайта, можно говорить о том, что модераторы стремятся к открытости, очевидно, насколько это возможно.

Во-первых, с определенной степенью регулярности публикуются новости о деятельности управления: о достижениях и итогах работы; информация, касающаяся работы и досуга осужденных людей (в каких сферах деятельности и в какой степени заняты осужденные, о проведении творческих конкурсов, о проведении голосований, о праздновании общенациональных праздников и т.п.). Достоинством новостного раздела сайта является довольно большой спектр информации, однако недостатком является явная тенденциозность публикаций – в формате «успехов и достижений» в тоне официальных публикаций советской командной системы. С одной стороны, данный формат в определенной степени формирует стабильный образ ведомства, выполняющего социальные задачи и обеспечивающего безопасность общества путем воспитания и перевоспитания осужденных. С другой стороны, массивный поток позитивной информации воспринимается общественностью, и в особенности, средствами массовой информации с большой долей недоверия, как, впрочем, любая массивная приукрашенная информация. Общая государственная политика, даже в условиях тоталитаризма, всегда в той или иной степени допускает PR-приемы, связанные с «утечкой негатива» и «выпусканием пара», а также технологии «площадной казни вороватых бояр». Деятельность ГУФСИН, представленная в информационном локусе сайта, в данном ракурсе выглядит безупречной и отчасти лубочной. Вот некоторые заголовки пресс-релизов и новостей, опубликованных на сайте 2016г. [<http://24.fsin.su/>]:

– «Ветераны уголовно-исполнительной системы Красноярского края — участники Великой Отечественной войны и труженики тыла получили благодарности директора ФСИН России» (11.05.2016).

– «Врачи медицинского автопоезда ГУФСИН России по Красноярскому

краю обследовали ветеранов и жителей п. Березовский» (10.05.2016).

- «В ОИК-36 состоялся митинг, посвященный празднованию 71-й годовщины Победы в Великой Отечественной войне» (10.05.2016).

- «Сотрудники ГУФСИН России по Красноярскому краю отметили День Победы ярмарочными гуляниями» (10.05.2016).

- «В КВК прошли торжественные мероприятия, посвященные празднованию 71-й годовщины Победы в Великой Отечественной войне» (10.05.2016).

- «На базе спецназа ГУФСИН России по Красноярскому краю прошел военно-патриотический праздник» (10.05.2016).

- «Сотрудники уголовно-исполнительной инспекции ГУФСИН России по Красноярскому краю отметили 97-летний юбилей службы» (10.05.2016).

- «28 молодых сотрудников уголовно-исполнительной системы Красноярского края приведены к Присяге на верность Родине» (06.05.2016).

- «В ГУФСИН России по Красноярскому краю сегодня торжественно подняли копию Знамени Победы» (05.05.2016).

- «Воспитанники Канской воспитательной колонии занимаются ландшафтным дизайном» (04.05.2016).

- «30 апреля в 13.00 на базе исправительной колонии №6 (ул. Парашютная,13) состоится гала-концерт фестиваля художественной самодеятельности среди осужденных «Калина красная» (29.04.2016).

- «В живом уголке Канской воспитательной колонии появился новый обитатель» (25.03.2016).

- «Руководитель ГУФСИН провел личный прием граждан в приемной Президента Российской Федерации в Красноярском крае» (17.03.2016).

- «В женской колонии № 22 отметили Международный женский день» (09.03.2016).

- «Сотрудники спецназа ГУФСИН провели День патриотического воспитания с дошкольниками» (19.02.2016).

- «Красноярских осужденных будут перевозить по железной дороге в

вагоне повышенной комфортности» (16.02.2016).

– «Музей следственного изолятора №1 признан одним из лучших пенитенциарных музеев России» (15.02.2016).

– «Гигиенические средства первой необходимости, изготовленные в учреждениях ГУФСИН, выходят в розничную торговую сеть» (12.02.2016).

На 33 опубликованных на сайте новостей в феврале-мае 2016 г. приходится только одна информация о том, что один из заключенных пожаловался журналистам на имеющиеся нарушения. Очевидно, что данную информацию невозможно было скрыть, так как она уже была опубликована на телеканале РЕН ТВ, а затем – и в других СМИ. Соответственно, на сайте ведомства данная информация была подана в однозначном ключе:

«Руководство ГУФСИН России по Красноярскому краю намерено привлечь к ответственности бывшего осужденного Вячеслава Дацика (18.03.2016). 17 марта 2016 года Вячеслав Дацик дал порочащее начальника ИК-31 ГУФСИН России по Красноярскому краю полковника внутренней службы Самвела Мкртчяна интервью журналистам канала РЕН ТВ, в котором публично оскорбил руководителя исправительного учреждения. По данному факту Самвел Мкртчян намерен подать заявление в правоохранительные органы за оскорбление и клевету. Также Вячеслав Дацик заявил о нарушениях прав осужденных в данном учреждении. По факту высказываний о нарушении законов в ИК-31 руководство ГУФСИН России по Красноярскому краю намерено провести служебную проверку. По окончании проверки в установленные законом сроки администрация учреждения обратиться в суд с иском о защите чести, достоинства и деловой репутации. Стоит отметить, что высказывания Дацика о нарушениях оплаты труда осужденных уже являются голословными. Данному вопросу уделяется особое внимание как со стороны руководства ГУФСИН, так и со стороны надзирающих органов и представителей общественности. Ни одной проверкой нарушений выявлено не было. Отметим, Вячеслав Валерьевич Дацик, 1980 года рождения, осужден 07.12.2012 Невским районным судом г. Санкт-Петербурга по ст. 162 ч.1 к 5

годам лишения свободы. Начало срока — 18.03.2011, конец срока — 17.03.2016. Осужденный Дацик В. В. прибыл в Красноярск в 2013 году. Отбывал наказание в колонии общего режима №31 ГУФСИН России по Красноярскому краю. За время отбывания наказания показал себя с отрицательной стороны. Являлся нарушителем установленного порядка отбывания наказания. За время отбывания наказания имел 32 взыскания, из которых 7 оставались действующими на конец срока. Три раза водворялся в штрафной изолятор. Не работал. В ИК-31 стоял на профилактическом учете как склонный к совершению побега, суициду, нападению на сотрудников администрации. Жалобы и обращения ос. Дацика в различные инстанции по вопросам отбывания наказания в ИК-31 ГУФСИН России по Красноярскому краю подтверждения не нашли, и были признаны как необоснованные».

Нет никакого сомнения в том, что пресс-служба ГУФСИН по Красноярскому краю владеет всеми профессиональными знаниями и навыками в области PR-деятельности: пресс-релизы и новости обладают грамотным контентом, соблюдаются все специальные принципы подачи информации, выверяется каждая фраза и каждое слово в тексте, предназначенном для публичного распространения. Вместе с тем общая тональность и направленность информационных сообщений демонстрирует для специалиста в области теории и практики связей с общественностью, во-первых, явную тенденциозность контента, во-вторых, наличие жесткой цензуры исходящей информации. Все это, безусловно, говорит о том, что самые профессиональные PR-технологии в сфере государственных силовых ведомств находятся под давлением, во-первых, объективных законодательных ограничений, во-вторых, субъективных принципов консервативной организации внутренней иерархической системы.

На сайте широко представлена нормативно-правовая база, касающаяся не только деятельности самого управления, но и прав граждан. Это, разумеется, подтверждает стремление администрации сайта к выстраиванию эффективных коммуникаций. Однако информация в области отчетности и статистики

практически не представлена. Заметим, что этот недостаток вообще характерен для большинства интернет-ресурсов правоохранительных органов (об этом приводятся данные исследований во втором параграфе первой главы). Очевидно, что это результат как раз общей закрытости госструктур в этой области, поэтому сложно ставить данный факт в вину пресс-службы.

Важнейшим разделом любого современного сайта является наличие обратной связи, который позволяет не только выстраивать партнерские отношения с пользователями, но и дает неоценимую независимую информацию для корректировки PR-программ и методик. В этом смысле сайт Красноярского ГУФСИН не использует в полной мере возможности данного вида коммуникации с общественностью. На сайте присутствуют примеры социологических опросов, однако проводятся они редко и безсистемно, поэтому не привлекают отдельного внимания представителей социальных групп или СМИ. Анкетирование сайта ориентировано в основном внутрь системы — на работников тюремных учреждений, адвокатов и прокуроров, хотя данная методика, будучи использована с другими целями и задачами, вполне успешно может выстраивать коммуникацию с большим локусом аудитории пользователей. Предположим, что фактический дефицит обратной связи сайта также связан с законодательными и внутренними ограничениями: в частности, опасениями, получать негативную информацию, которая может публиковаться в открытом доступе.

Статистика, которая в настоящее время становится неотъемлемой характеристикой большинства сайтов органов государственной власти, на сайте Красноярского ГУФСИН вообще не публикуется, что еще больше создает впечатление закрытости данного института от общества. В данном ракурсе отметим, что количество пребывающих в заключении в том или ином пенитенциарном отделении, месторасположение объектов и другие данные вполне могут подпадать под секретные грифы и относиться к информации, охраняющейся законом о государственной тайне. С другой стороны, очевидно, что далеко не вся статистическая информация должна быть закрыта от

общественности. Факт практического отсутствия этих блоков на сайте позволяет предполагать, что в отдельных случаях пресс-службы силовых органов, что называется, «перестраховываются» и предпочитают вовсе не публиковать информацию, которая может быть связана с рисками — и в отношении коммуникаций, и в отношении предупреждения собственных внутренних проблем и конфликтов с вышестоящими органами.

В работе пресс-службы ГУФСИН большую часть занимает общение с журналистами. Отдел внешних связей и взаимодействия со СМИ предоставляет информацию по запросам СМИ в следующем порядке: соответствующее структурное подразделение подготавливает запрашиваемые сведения и передает в отдел внешних связей и взаимодействия со СМИ. После редактирования и согласования с руководителем ведомства данная информация передается в СМИ. Кроме того, еженедельно отделом проводится мониторинг информации. Следует здесь отметить, что для обеспечения доступа журналистов к какому-либо материалу о деятельности управления существуют сугубо специфические правила, которые предусматривают ряд процедур: письменное обращение о содействии в организации съемок или интервью оформляется на бланке редакции и заверяется личной подписью. Письмо должно быть адресовано на имя директора ФСИН России и содержать исчерпывающую информацию об объекте внимания, о теме готовящегося материала и его социальной значимости, времени выхода в эфир, а также полный перечень вопросов к интервью и персональный состав съемочной группы с указанием паспортных данных. Очевидно, что такой порядок воспринимается журналистами как забюрократизированный или, хуже того, — свидетельствующий о чрезмерной закрытости данного института власти.

Для представителей СМИ подобная закрытость всегда является сигналом к повышенному вниманию и даже часто вызывает возмущение журналистов, что однозначно осложняет выстраивание партнерских и доброжелательных отношений со средствами массовой информации. Журналисты, как правило, остаются при своем мнении: чем выше степень закрытости, тем более

«ужасные» вещи творятся за забором этого ведомства. Тем более, что все материалы и интервью, исходящие от ГУФСИН, подлежат так называемой «премодерации» со стороны ведомства — информация проверяется на соответствие предоставленным фактам. Несмотря на то, что на подобное редактирование имеет право любая организация или частное лицо, предоставившее интервью телевидению или газете в соответствии с законом о СМИ, такой многоступенчатый и пристальный контроль вызывает у журналистов недовольство, что становится основой конфликтов. В результате журналист, собственно, не подлежащий такому тотальному контролю и являющийся по природе своей профессии условно «свободным», может обвинить ведомство в ограничении его свобод — при этом обвинить публично.

Таким образом, в области взаимодействия со СМИ пресс-служба ГУФСИН испытывает самые высокие актуальные и потенциальные риски.

В рамках эмпирического анализа необходимо отметить, что, несмотря на фактические общие недостатки в встраивании эффективных общественных связей, само Управление ФСИН по Красноярскому краю и его пресс-служба сформировали довольно высокую степень доверия и даже авторитета среди населения региона, во всяком случае, — определенных социальных групп. Выстроены благоприятные отношения с религиозными конфессиями и с некоторыми общественными организациями. При ведомстве довольно активно работает Общественный совет, в который входят 27 представителей государственных органов, общественных, правозащитных и религиозных организаций, бизнесмены, представители науки, культуры и спорта. Члены общественных и религиозных организаций принимают активное участие в культурно-массовых и спортивных мероприятиях, проводимых для осужденных в учреждениях ГУФСИН. В результате совместных усилий членов Общественного совета и подразделений ГУФСИН налажено сотрудничество представителей государственных, муниципальных и общественных организаций в части организации контроля за соблюдением прав человека.

В целях соблюдения законности при применении к осужденным мер

взыскания в составы единых административных комиссий исправительных учреждений ГУФСИН с марта 2011 года включены представители органов местного самоуправления, общественной наблюдательной комиссии, традиционных религиозных конфессий и других институтов гражданского общества. Всего в составы комиссий входят 111 членов, не являющихся штатными сотрудниками исправительных учреждений: 4 представителя общественных организаций, 29 представителей различных религиозных конфессий, 22 ветерана УИС, 32 представителя различных государственных органов (в том числе службы судебных приставов и службы по контролю за оборотом наркотиков), 16 представителей органов местного самоуправления и 8 депутатов.

Члены Общественного совета входят в составы комиссий исправительных учреждений по рассмотрению вопросов, связанных с изменениями условий содержания осужденных, заменой неотбытой части наказания более мягким видом наказания и УДО в рамках функционирования системы «социальных лифтов». На заседаниях единых административных комиссий рассматриваются вопросы применения условно-досрочного освобождения, перевода в колонию-поселение, помилования, перевод в облегченные, обычные и строгие условия отбывания наказания, отпуска с выездом за пределы ИУ, постановка осужденных на профилактический учет, применения к осужденным мер поощрения и взыскания, изменение вида исправительного учреждения. Участие представителей общественности в работе комиссий позволяет исключить случаи возможной личной заинтересованности представителей администрации учреждений при решении вопросов о применении льгот или наложения на осужденного взыскания.

Деятельность общественного совета и взаимодействие с общественными организациями во многом обеспечивается силами пресс-службы.

Кроме того, Красноярское региональное управление службы исполнения наказаний славится своими социальными инициативами. Одними из традиционных и важных социально значимых проектов являются ежегодные

благотворительные акции «Рождество за решеткой», «Елка ангела». Несовершеннолетние подследственные и осужденные на Рождество получают сладкие подарки. Представители правозащитных, общественных и религиозных организаций регулярно проводят в исправительных учреждениях рождественские концерты и слушания, к участию в которых привлекаются и внутренние ресурсы — творческие коллективы Ассоциации Тюремных служителей Красноярского края.

В настоящее время в исправительных учреждениях и следственных изоляторах ГУФСИН действует 24 храма, 19 молебных комнат РПЦ, 8 молебных комнат ЕХБ, одна молебная комната для иудеев, 1 мечеть и 17 молебных комнат для мусульман, 1 молебная комната для осужденных буддийского вероисповедания. При участии Общественного совета при ГУФСИН строятся православные часовни в КП-19, КП-29 ОИУ-8, Канской ВК, ИК-16. Завершено строительство Мечети в ИК-42 ОИК-26 и православной часовни в КП-51.

Совместно с Министерством культуры Красноярского края проводятся фестивали художественной самодеятельности среди осужденных «Калина красная» под девизом: «80 лет Красноярскому краю». В целях привлечения осужденных к изобразительному, литературному, музыкальному видам искусства в исправительных учреждениях ГУФСИН организован социально-культурный проект «Один день на искусство». При взаимодействии с Общественным советом при ГУФСИН России по Красноярскому краю в учреждениях проводится ежегодная открытая летняя спартакиада среди осужденных. Представители официальных религиозных конфессий и общественных организаций при посещении учреждений ГУФСИН на безвозмездной основе передают в ОВРО ГУФСИН литературу, аудио и видеопroduкцию, направленную на правовое, духовно-нравственное и патриотическое воспитание осужденных.

Руководством ГУФСИН так же уделяется большое внимание такой необходимой форме общественного взаимодействия с осужденными, как работа

совета воспитателей отряда (далее СВО). В состав СВО включено 1301 наиболее подготовленных сотрудника учреждения. Средняя посещаемость членами СВО заседаний составляет 84%. На заседаниях СВО рассматриваются вопросы социально-бытового устройства осужденных, предоставления выезда за пределы ИУ на период отпуска, помилования, предоставления права передвижения без конвоя, нарушители режима содержания, работа по профилактике правонарушений среди осужденных и др. Для усиления воспитательного воздействия на осужденных в заседаниях СВО принимают участие представители органов местного самоуправления, общественных организаций, религиозных конфессий, родственники осужденных.

Организация и обеспечение всех социальных и культурных проектов также находится, в том числе и в зоне ответственности пресс-службы управления. Это огромный и ответственный пласт работы, тем более что подобные мероприятия всегда вызывают живой интерес у журналистов.

Пресс-служба по многим показателям стремится к позитивному сотрудничеству с региональными средствами массовой информации. В традиции Управления по взаимодействию со СМИ Красноярского ГУФСИН — регулярные пресс-туры для представителей СМИ в конкретные исправительные учреждения. Несомненно, данный формат предполагает тщательную подготовку, но и вместе с тем дает самый высокий позитивный эффект.

Традиционными являются и конкурсы для журналистов в области освещения деятельности ведомства и жизни осужденных. Например, за 2015 год по итогам краевого конкурса журналистских работ «Человек и тюрьма» на лучшее освещение деятельности уголовно-исполнительной системы Красноярского края вручены призы журналистам по четырем основным и шести специальным номинациям. В конкурсе приняли участие представители 13 средств массовой информации: журналисты из Красноярска, Енисейска, Минусинска, Ачинска, Норильска, Енисейского района Красноярского края. На конкурс было подано 25 материалов, из них 16 телевизионных сюжетов пяти телекомпаний, 6 публикаций четырех печатных СМИ и 3 интернет-материала.

Были вручены: Гран-при за сюжет об условиях отбывания наказаний женщинами с малолетними детьми в ИК-22; призы в номинации «Лучший теле/радиосюжет»: за репортаж об одной из старейших в крае колоний (ИК-7) к 75-летию юбилею ГУФСИН, за сюжет о работе программы по самообеспечению в учреждениях ГУФСИН; за сюжет о работе кинологической службы ОИК-30. В номинации «Лучшая публикация (серия публикаций) в газете (журнале)» призовые места получили публикации об условиях отбывания наказания и лечении туберкулеза в ЛИУ-32 ОИК-38, о пенитенциарном музее «Красноярский тюремный замок».

В номинации «Лучший информационный материал интернет-издания» были отмечены работы о сельскохозяйственной деятельности ОИК-40 и о работе программы по самообеспечению в учреждениях ГУФСИН.

В конкурсе значатся также некоторые специальные номинации, например, «Наши люди» и «За преданность теме», в которой представлены материалы о сотрудниках УИС; или «Сохранить Человека», в которой представлены разнообразные публикации о социальных проектах — о работе Центров исправления осужденных, об организации трудовой деятельности осужденных, о работе студии кабельного телевидения в ИК-15 ОИК-30.

Подводя итоги эмпирического анализа, необходимо отметить высокий профессиональный уровень и творческий подход к планированию и реализации информационной политики сотрудников Управления по взаимодействию со СМИ ГУФСИН по Красноярскому краю. Пресс-служба выполняет все задачи по формированию благоприятного имиджа регионального ведомства и стремится к выстраиванию успешного взаимодействия со СМИ и с группами общественности.

При этом также является очевидным высокий уровень информационной закрытости данного государственного института. Это подтверждается явной тенденциозностью и жестким порядком цензуры исходящей информации. В этом смысле PR-службы государственных силовых структур в целом находятся в сложнейших условиях соблюдения баланса открытости и сохранения

гостайны. Кроме того, над пресс-службой довлеют еще и внутренние подцензурные требования системы.

Положение усугубляется также общим состоянием российского менталитета, сложившимся во многих поколениях и обострившимся в стране в девяностые годы, когда уклон на маргинальность восприятия действительности привел к отрицанию положительного образа работников правоохранительных органов. В современной общей государственной политике довольно значительное место отводится формированию образа «полицейского» в качестве защитника народного и проводника закона, однако надо признать, что до такого восприятия правоохранительной системы российское общественное сознание еще весьма далеко.

В связи с этим создание благоприятного имиджа силового института государственной власти, особенно такого, как ГУФСИН, — нечто более основательное, чем отрывочные PR-компании и выброс несистемной информации в формате лубочных картинок о жизни на зоне. После «лихих девяностых» образ защитников правопорядка подлежит стратегическому восстановлению от критериев маргинального мировоззрения к принципам открытости общественности и в смысле гарантий необходимых свобод гражданам, и в смысле обеспечения социальной безопасности в части ответственности ведомства.

В основе деятельности по формированию и поддержке позитивного имиджа ГУФСИН должны лежать общие принципы открытости и готовности PR-службы к диалогу с гражданским обществом. Это вовсе не значит, что следует раскрывать государственные тайны и открывать возможность случайного и провокационного комментирования на сайте — подобные действия не приведут к повышению популярности и не приведут к искомому оптимальному балансу гостайны и публичности.

Как и всякий институт государственной власти, ГУФСИН осуществляет формирование своего имиджа на основе взаимодействия со СМИ. В ГУФСИН существует пресс-служба, которая освещает события, интересные для

общественности.

Необходимость в оптимальном балансировании между актуальными вопросами современности и внутренними законодательными и иными ограничениями определяет специфику деятельности PR-подразделений государственных правоохранительных структур.

2.2 Эффективная коммуникация со СМИ как основа деятельности PR-службы ГУФСИН по Красноярскому краю: разработка плана юбилейного пресс-тура

В целях изучения общественного мнения о деятельности учреждений и органов уголовно-исполнительной системы Красноярска и Красноярского края было проведено социологическое исследование методом контрольных групп. Данная методика была избрана по причине специфики деятельности пенитенциарной системы и высокой степени ее информационной закрытости.

Задачи исследования: выявить представления и мнения о работе учреждений и органов УИС среди молодежной аудитории (студентов); выявить представления и точки зрения о работе учреждений и органов УИС среди других категорий населения; сопоставить и проанализировать результаты опроса. Для решения задач было сформирована группа: в группу вошли 100 человек в возрастной категории 18-65 лет.

В ходе исследования респондентам были предложены 14 вопросов, которые касаются оценки общего состояния уровня криминогенности и безопасности в стране, о деятельности системы правоохранительных органов в целом и о деятельности ФСИН, в частности. Кроме того, выявлялось впечатление от освещения деятельности управления в средствах массовой информации, а также то, из каких источников информации рядовые граждане получают обсуждаемую информацию. Предлагалось также высказать мнение по поводу ужесточения или гуманизации, а также о самой действенности уголовно-исполнительной системы в смысле исправления осужденных.

Результаты опроса позволяют сделать следующие выводы.

Общую криминогенную ситуацию в стране респонденты оценивают следующим образом (Приложение А): 34% опрошенных населения считают за последние годы жизнь в России становиться опаснее, чем ранее; 24% опрошенных населения считают, что за последние годы жизнь в России становится безопаснее, чем ранее; 37% полагают, что степень безопасности остается на прежнем уровне, а 5% затруднились с ответом на этот вопрос.

О работе учреждений и органов, исполняющих наказания, большинство опрошенных (42%), как и ожидалось, имеют весьма поверхностное представление. 29% считают, что имеют достаточно полное представление, что вызывает сомнения и, скорее всего, связано вообще с небольшой требовательностью к информации у молодого поколения. 23% не имеют ни малейшего представления о работе учреждений и органов, исполняющих наказания. 5% населения затруднились с ответом.

Судя по полученным ответам на соответствующий вопрос анкеты, о работе учреждений и органов УИС 52% опрошенных узнают из новостных и публицистических радио- и телепередач; 48% соответственно — из сети Интернет; из публикаций на страницах газет и журналов — 23%. Из бесед с друзьями, знакомыми, в кругу семьи черпает сведения 46% опрошенных; из личного опыта — по 5%; из слухов, случайных бесед — 19%; из кинофильмов, телесериалов о работе правоохранительных органов — по 22%. Как мы видим, аудитория более активно использует в качестве источника информации сеть Интернет, и предпочитает привычные традиционные источники информации — радио, телевидение, прессу.

К вопросам реальности исправления осужденных население относится весьма скептически: верят в это 20% населения; сомневаются 43% соответственно; 30% населения считают это вовсе нереальным; затруднились с ответом 7% соответственно. Можно отметить наибольшую степень единства мнений в этом вопросе разных возрастных категорий: 24% населения полагают, что после отбытия наказания в виде лишения свободы, освобожденные

вернутся к преступной деятельности; 46% считают, что «все будет зависеть от конкретных обстоятельств»; твердо уверенных в том, что отбывшие наказание не будут в дальнейшем совершать преступления 26%. Затруднились с ответом 4%.

Три вопроса анкеты касались целесообразности ужесточения отдельных видов наказаний или проведения актов гуманизации уголовно-исправительной системы. В ответах преобладает мнение о целесообразности ужесточения наказания: интересно, что довольно большой процент 31% аудитории положительно относятся к такому виду наказания, как смертная казнь; 32% опрошенных поддерживают пожизненное лишение свободы. Таким образом, по отношению к актам гуманизации уголовных наказаний население занимает более жесткую позицию. За увеличение сроков лишения свободы выступают 28% представителей населения, а за сокращение сроков лишения свободы выступают 7% населения. Затруднились с ответом на этот вопрос — 2%. Полностью поддерживают амнистии лишь по 12% опрошенных, большинство (53%) поддерживают амнистии только в исключительных случаях. Категорически против таких актов — 28% опрошенных.

В наибольшей степени мнения респондентов разошлись во мнении по поводу дальнейшей гуманизации уголовно-исполнительной системы в целом. Заметим, что поддерживают идею дальнейшей гуманизации УИС — 21% опрошенных. Не поддерживают — 37%. Поддерживают, но лишь частично — 28%. Затруднились с ответом — 14%.

Различия проявлены также в высказанных мнениях в отношении предлагаемой в настоящее время реформы системы в части преобразования колоний в тюрьмы. Полностью поддерживают такое преобразование 18% опрошенных; не поддерживают — 32% соответственно. Поддерживают частично — 29%, затруднились с ответом — 21%. Как мы видим, к идее преобразования исправительных колоний, в тюрьмы опрошенные подходят консервативно.

Один из вопросов анкеты касался выявления отношения респондентов к

возможности сокращения направления в исправительные учреждения осужденных за нетяжкие преступления (мелкие кражи, нанесение легких телесных повреждений и побоев в быту и др.). Полностью поддерживают такое сокращение лишь 19% опрошенных населения; не поддерживают — 43%. Поддерживают частично — 25% представителей. Как мы видим, сторонников и противников проводимых преобразований оказалось примерно поровну.

Центральный блок вопросов в соответствии с задачами исследования посвящен выявлению оценочных суждений респондентов в отношении работы учреждений и органов УИС, участия в работе по исправлению осужденных органов власти и возвращению осужденных к нормальной жизни после освобождения, а также определению оценке рядовых граждан освещения работы учреждений и органов УИС в средствах массовой информации.

Наиболее значимым в этом блоке исследования является факт того, что респонденты оценивают работу сотрудников УИС в большей степени положительно, чем отрицательно (46% опрошенных). Соответственно 20% — это те, кто оценивает такую работу в большей степени отрицательно, чем положительно. 16% представителей населения затруднились с ответом. А вот оценка участия местных органов власти и общественных организаций в работе с осужденными оказалась явно негативной: 32% респондентов согласны с тем, что местные органы власти и общественность не принимают в этой работе никакого участия; 29% соответственно полагают, что они проявляют активность только под сильным нажимом «сверху». Всего лишь 13% респондентов считают, что местные органы власти и общественность принимает участие в работе с осужденными. Затруднились с ответом — 15% опрошенных.

В оценке объективности освещения деятельности ФСИН в средствах массовой информации мнения разошлись: 39% респондентов считают, что работу учреждений и органов УИС журналисты в основном «приукрашивают». Часть респондентов 22% склонна полагать, что освещение в СМИ достаточно объективное, а 21% опрошенных полагают, что органов УИС «очерняют». 18% опрошенных затруднились с ответом. При этом публикации и репортажи в СМИ

у 23% населения вызывают возмущение по поводу фактов нарушений законности со стороны сотрудников; у 24% опрошенных публикации вызывают сочувствие к сотрудникам УИС, понимание проблем их нелегкой службы. У 24% соответственно публикации в СМИ вызывают беспокойство и чувство личной незащищенности. Такое же мы видим 29% среди тех, кто затруднился с ответом на данный вопрос.

Таким образом, итоги опроса говорят, во-первых, о явном дефиците объективной информации о деятельности пенитенциарной системы в целом, и о функционировании региональных отделений и подразделений исправительной системы, в частности. Во-вторых, это может свидетельствовать о невысокой степени интереса населения к этим вопросам и проблемам. Кстати, эта тенденция отмечается многими исследователями в области социологии, политологии, психологии, культурологии: заметное снижение интереса населения вообще к политическим вопросам и государственной системе управления в целом.

Эту же мысль подтверждает и начальник пресс-службы ГУФСИН по Красноярскому краю Броцман Екатерина Аркадьевна, которая прямо констатирует явное снижение интереса средств массовой информации к деятельности ФСИН. Автор исследования провел интервью с начальником пресс-службы, в котором высказаны мнения по поводу основ и проблем PR-деятельности изучаемой службы, что называется, «изнутри».

В частности, Екатерина Аркадьевна считает, что основа успешного построения имиджа управления — это эффективная коммуникация со СМИ. В этом поле есть проблемы: во-первых, как уже сказано, это общая тенденция снижения интереса журналистов к деятельности исправительных учреждений; а во-вторых, это текучка кадров СМИ, что влечет за собой непрофессионализм в подходах к освещению деятельности правоохранительных органов. То есть, журналисты, с которыми пресс-служба системно сотрудничает и которые обладают определенной степенью знаний о нормативно-правовой основе деятельности регионального управления, ее истории и специфике

функционирования, — эти журналисты уходят и на их место приходят неопытные и неинформированные корреспонденты, с которыми заново приходится выстраивать эффективные отношения. Надо здесь заметить, что практики в разных областях связей с общественностью отмечают общий уровень снижения профессионализма журналистики в разных специфических сферах: корреспонденты, в особенности региональных и местных СМИ, по большей части проявляют низкую степень неосведомленности в специфике деятельности организаций и предприятий и не стремятся глубоко вникать в смысл освещаемой проблемы.

Первоочередными задачами пресс-службы Броцман Е.А. считает работу в следующих направлениях:

- взаимодействие со СМИ, ведение официального сайта, групп в социальных сетях, организация работы внештатных пресс-групп;
- подготовка пресс-релизов, организация и освещение мероприятий;
- мониторинг, анализ публикаций, еженедельный и оперативный мониторинг информации и предоставление обзоров руководству;
- фото-видео съемка, подготовка собственных видео- и фотоматериалов, методическая работа с осужденными.

К общей оценке имиджа регионального управления ФСИН начальник пресс-службы относится позитивно. Анализ публикаций в СМИ за 2015 год подтверждает это мнение: процент критического мнения составил не более 10%. Само содержание имиджа регионального ведомства явно поменялось. Екатерина Аркадьевна говорит о том, что они смогли отойти от имиджа системы карательной и максимально приблизить образ регионального управления к системе социальной. Основная задача PR на сегодняшний день: продемонстрировать общественности, что уголовно-исполнительная система — это уже далеко не та система, которая была 20 лет назад, это не система пыток и насилия, а социальная система, которая призвана создать условия, максимально приближенные к международным стандартам, в соответствии с которыми ее основная цель — это профилактическая работа с осужденными для изменения

сознания и исправления поведения. Совершенно справедливо Броцман Е.А. считает: «Оценивать имидж — это удел общественности».

Таким образом, основой создания и поддержания имиджа управления ФСИН и всей PR-деятельности в целях формирования положительного отношения общественности является успешная коммуникация со средствами массовой информации. Это обосновало разработку плана пресс-тура для СМИ к 55-летию исправительно-трудовой колонии № 22.

Подготовка пресс-тура включает ряд мероприятий: формулировка целей, назначение ответственных; определение объектов для экскурсии журналистов, назначение специалистов, сопровождающих экскурсию; составление списка представителей СМИ; разработка плана экскурсии; подготовка пресс-релизов и пресс-кита; уточнение и согласование списка приглашенных; организация неформальной коммуникации и культурной программы.

Пресс-тур является эффективной формой сотрудничества со СМИ по причинам личного контакта, возможности детально объяснить все вопросы непосредственно на месте, неофициальному характеру общения. Все это дает реальную возможность появления лояльных публикаций.

В программу пресс-тура, кроме подготовки содержательной программы, входит также ряд технических процедур: встреча, доставка, размещение журналистов; организация питания и культурной программы для иногородних журналистов; организация заключительного брифинга.

Исправительная колония общего режима № 22 Красноярского регионального управления ФСИН для содержания женщин, осужденных к лишению свободы, была организована в 1962 году на базе швейного производства исправительно-трудовой колонии № 6 в районе станции «Енисей». Сегодня ИК-22 известна краю и многим регионам России как стабильное швейное производство, специализирующееся на пошиве одежды. Ассортимент изделий — одежда для военнослужащих и охранных структур, товары народного потребления. Здесь довольно успешно работает пункт приема индивидуальных заказов от населения на пошив и ремонт форменной и рабочей

одежды, верхней одежды и платья по низким ценам, есть также отделение художественной вязки изделий. В учреждении имеется цех сушки овощей, действует мини-пекарня. Продукция, производимая мини-пекарней, обеспечивает потребности не только осужденных, но и сотрудников учреждения.

В филиале профессионального училища при колонии обучается в среднем около 300 человек в год по восьми специальностям. Ежегодно набирается две группы операторов швейного оборудования, группы раскройщиков, контролеров ОТК, механиков-ремонтников швейного оборудования и группа портных. В итоге курса обучения учащиеся сдают квалификационный экзамен и получают свидетельство государственного образца, которое дает им право поступления в техникум или вуз после освобождения. Наличие квалификационного разряда и опыта работы на швейной фабрике помогает бывшим осужденным при трудоустройстве. Практика показывает, что девушек, несколько лет отработавших на фабрике ИК-22, охотно берут на работу на красноярские фабрики и в ателье, любые предприятия по производству швейных изделий: работники ИК-22 славятся отличной дисциплиной и высокой производительностью труда.

В колонии работает кабинет психологической разгрузки, в котором используются аудиовизуальные комплексы «Диснет» и «БОСС-Пульс», необходимые для проведения сеансов психологической разгрузки и мобилизации, а также для тестирования текущего психологического состояния обследуемых.

В учреждении работает вечерняя средняя общеобразовательная школа и студия кабельного телевидения, имеется профилакторий для осужденных, находящихся в отпуске без выезда за пределы колонии. Работает молельная комната.

Кроме того, на базе ИК-22 создан Дом ребенка, в котором содержатся дети осужденных женщин в возрасте до 3-х лет.

Таким образом, в женской колонии № 22 созданы все условия для

полезной сознательной жизни осужденных в области образования, получения специальности, материнства и духовного воспитания. Эти условия позволяют представить средства массовой информации и общественности в целом картину адекватного содержания осужденных, нацеленного на социальные задачи.

Подготовка пресс-тура в ИК № 22 включает в себя формулировку задач, программу экскурсии, подготовку пресс-релизов и бэкграунда.

Задачи пресс-тура: ознакомление представителей СМИ с социальными программами ИК № 22, условиями содержания осужденных, результатами социальной политики учреждения; поддержка позитивного имиджа регионального управления ФСИН в целом, формирование положительного отношения общественности; установление и поддержка эффективных контактов с журналистами.

В программу пресс-тура предлагается включить следующие пулы:

- 09.00. Встреча и доставка представителей СМИ в ИК № 22
- 10.00. Знакомство с руководством учреждения и краткий брифинг на месте перед началом экскурсии.
- 10.15. Посещение швейного производства и участка художественной вязки.
- 10.45. Демонстрация образцов одежды в форме дефиле самих осужденных-работниц цеха.
- 11.15. Посещение участка сушки овощей и мини-пекарни.
- 12.00. Дегустация продуктов мини-пекарни в форме кофе-брейка для журналистов.
- 12.40. Интервью с осужденными, занятыми в производстве.
- 13.00. Посещение открытых уроков в филиале профессионального училища и вечерней школе, интервью с учащимися.
- 14.00. Посещение Дома ребенка, демонстрация развивающих занятий с детьми, комментарии воспитателей и специалистов дома ребенка.
- 14.30. Посещение общежития для проживания осужденных мам с

детьми, требующими особого ухода, интервью с осужденными мамами.

– 15.00. Посещение жилой зоны, душевых отделений и санузлов, комментарии руководителя учреждения.

– 15.40. В завершение пресс-тура — посещение столовой, небольшой концерт художественной самодеятельности силами осужденных и торжественный обед для журналистов. В ходе обеда — неофициальное общение с руководством учреждения и представителями пресс-службы для получения необходимой дополнительной информации.

В конце мероприятия журналистам вручается пресс-папка с информационными материалами, блокнотом и ручкой в виде сувенира. В пресс-папку включаются юбилейные подарки, подготовленные силами осужденных ИК № 22: образец швейного производства или художественной вязки: например, вязанные декоративные воротнички к платьям для женщин и носовые платки для мужчин (этот вопрос должен быть проработан и подготовлен руководителями цехов), а также набор сдобной продукции мини-пекарни.

В ходе интервью с осужденными на разных участках уместно будет разрешить передать привет своим родным и близким. Это придаст эмоциональности телевизионным репортажам.

Пресс-релизы и бэкграунд для организации пресс-тура представлены в Приложении В.

В итоге проведенного во второй главе эмпирического и социологического исследования вопросов организации и проблем PR-деятельности пресс-службы ГУФСИН по Красноярскому краю можно сделать следующие выводы.

Пресс-служба ГУФСИН по Красноярскому краю испытывает проблемы, связанные с общей спецификой деятельности правоохранительной системы России, а также в связи со снижением уровня эффективной коммуникации со СМИ.

Специфика деятельности предполагает определенный уровень информационной закрытости правоохранительной системы в силу объективно действующего законодательства в этой сфере, в частности, закона об охране

государственной тайны; а также по причинам субъективного традиционного консерватизма российской государственной системы управления в части деятельности силовых органов.

Снижение общего уровня профессионализма журналистов, а также текучка кадров в региональных средствах массовой информации создает препятствия в налаживании эффективной коммуникации со СМИ.

В ситуации объективных законодательных ограничений и других внешних и внутренних проблем в процессах создания и поддержки позитивного имиджа организации, пресс-службе ГУФСИН по Красноярскому краю удастся формировать и поддерживать положительный образ регионального управления общественности. Пресс-служба активно сотрудничает со всеми региональными СМИ, стремится к открытости контактов и информации. Пресс-служба имеет традиции во взаимодействии со СМИ: проводит ежегодные конкурсы для журналистов, находит эффективные форматы неформальных коммуникаций с журналистами, например, пресс-туры в учреждения регионального управления.

Разумеется, пресс-служба в своей деятельности ограничена соответствующим законодательством, внутренними документами и режимом внутреннего распорядка, однако и в этих условиях пресс-службе красноярского ФСИН удастся находить оптимальный баланс между законодательно охраняемой информацией и публичной открытостью деятельности.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Правоохранительные государственные структуры являются частью системы государственного управления. PR-деятельность данного сегмента имеет особую специфику, которая предполагает сочетание, с одной стороны, открытость обществу, с другой стороны, соблюдения принципов дозирования информации в силу определенной степени режима секретности данных организаций в части соблюдения гостайны.

Избранный предмет исследования испытывает явный дефицит в области

научного исследования. Проблемы свободы и защиты информации рассматриваются чаще всего в правовом ракурсе, реже – в социально-политическом поле. Что касается системного изучения данной проблемы с точки зрения теории связей с общественностью — пока эта проблема не носит характера системных исследований.

Цель исследования заключалась в выявлении особенностей и механизмов процесса работы PR-служб в органах государственной власти на примере Государственного управления федеральной службы исполнения наказаний по Красноярскому краю.

В задачи работы входило рассмотрение специфики и тенденций PR-деятельности в российских государственных учреждениях; определение особенностей функционирования региональных PR-служб правоохранительных органов путем; практический анализ PR-деятельности Управления взаимодействия со СМИ федеральной службы исполнения наказаний по Красноярскому краю на предмет оптимального сочетания открытости и соблюдения гостайны, а также разработка рекомендаций по совершенствованию коммуникаций со СМИ и общественностью для Управления взаимодействия со СМИ федеральной службы исполнения наказаний по Красноярскому краю.

Первая глава посвящена теоретическому исследованию специфики методов и приемов в сфере связей с общественностью в государственных структурах, а также изучению вопросов соотношения соблюдения гостайны и открытости правоохранительных органов в области связей с общественностью.

PR в государственной сфере использует весь предлагаемый спектр различных приемов и методов в области формирования общественного мнения и позитивных имиджей, с помощью которых реализует свои цели. При этом службы по связям с общественностью в области государственного управления несут ответственность не только за имидж непосредственно своей организации, но и вносят положительные или негативные характеристики в общую картину формирования представлений и мнений в массовом сознании о государстве в целом.

Во второй главе подробно рассмотрены законодательные основы охраны государственной тайны в ракурсе влияния на деятельность пресс-служб правоохранительных структур, проведен эмпирический анализ деятельности Управления взаимодействия со СМИ федеральной службы исполнения наказаний по Красноярскому краю, на основе которого разработаны рекомендации по взаимодействию со СМИ в форме программы пресс-тура и информационных материалов для СМИ.

В целях изучения общественного мнения о деятельности учреждений и органов уголовно-исполнительной системы Красноярска и Красноярского края было проведено социологическое исследование, которое во многом подтвердило теоретические выводы работы.

Основой создания и поддержания имиджа управления ФСИН и всей PR-деятельности в целях формирования положительного отношения общественности является успешная коммуникация со средствами массовой информации. Это обосновало разработку плана пресс-тура для СМИ к 55-летию юбилею исправительно-трудовой колонии № 22.

В итоге проведенного во второй главе эмпирического и социологического исследования вопросов организации и проблем PR-деятельности пресс-службы ГУФСИН по Красноярскому краю можно сделать следующие выводы.

Пресс-служба ГУФСИН по Красноярскому краю испытывает проблемы, связанные с общей спецификой деятельности правоохранительной системы России, а также в связи со снижением уровня эффективной коммуникации со СМИ.

В ситуации объективных законодательных ограничений и других внешних и внутренних проблем в процессах создания и поддержки позитивного имиджа организации, пресс-службе ГУФСИН по Красноярскому краю удастся формировать и поддерживать положительный образ регионального управления общественности. Пресс-служба активно сотрудничает со всеми региональными СМИ, стремится к открытости контактов и информации. Пресс-служба имеет традиции во взаимодействии со СМИ: проводит ежегодные конкурсы для

журналистов, находит эффективные форматы неформальных коммуникаций с журналистами, например, пресс-туры в учреждения регионального управления.

Таким образом, гипотеза о том, что в области связей с общественностью даже в усложненных и ограниченных законодательно условиях, возможно, находить оптимальный баланс открытости и соблюдения гостайны, подтвердилась. Цель исследования достигнута, задачи выполнены.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Абельмаса, Н. В. Универсальный справочник по Паблик Рилейшнз : учебное пособие / Н. В. Абельмаса. – Ростов на Дону : Феникс, 2008. – 95 с.
2. Алексеева, И. PR высокого полета : бизнес пособие / И. Алексеева, Т. Гуляева. – Москва : Манн, Иванов и Фербер, 2008. – 208 с.
3. Алтунян, А. Г. Анализ политических текстов: учебное пособие / Алтунян А. Г. – Москва : Логос, 2014. – 384 с.
4. Антипов, К. В. Основы рекламы: учебник / Антипов К. В. – Москва : Дашков и К, 2015. – 326 с.
5. Башаратьян, М. К. Информация как объект права и содержание права на

информацию [Электронный ресурс] / М. К. Башартян // Научная сеть современного права. – 2016. – Режим доступа:
<https://www.sovremennoepravo.ru>.

6. Бернейс, Э. Кристаллизация общественного мнения / пер. с англ. Н. А. Коневской, Н. М. Макаровой. – Москва : Вильямс, 2015. – 272 с.
7. Блажнов, Е. А. Паблик рилейшнз : Приглашение в мир цивилизованных рыночных и общественных отношений : Учебное пособие / Е. А. Блажнов. – Москва : ИМА-пресс, 1994. – 152 с.
8. Блажнов, Е. А. Паблик рилейшнз : Приглашение в мир цивилизованных рыночных и общественных отношений : Учебное пособие / Е. А. Блажнов. – Москва : ИМА-пресс, 1994. – 152 с.
9. Блэк, С. Введение в паблик рилейшнз : Пер. с англ. / С. Блэк. - Ростов н/Д : Феникс, 1998. – 318 с.
10. Борисов, Б. Л. Технология рекламы и PR: учебное пособие / Б. Л. Борисов. – Москва : Фаир-пресс, 2001. – 624 с.
11. Бочаров, М. П. Связи с общественностью : учебник / М. П. Бочаров. – Москва : Дело, 2006. – 552 с.
12. Буари, Ф. Паблик Рилейшнз или стратегия доверия / Ф. Буари. – Москва : Инфра-М, Имидж-Контакт, 2001. – 178 с.
13. Булатова, С. Н. Теория и практика связей с общественностью : учебное пособие / Булатова С. Н. – Кемерово : Кемеровский государственный университет культуры и искусств, 2012. – 80 с.
14. Варакута, С. А. Связи с общественностью. Учебное пособие / С. А. Варакута. – Москва : Инфра-М, 2009. – 207 с.
15. Васильева, М. М. Связи с общественностью в органах власти. Учебник для академического бакалавриата / Васильева М. М. – Москва : ЮРАЙТ, 2014. – 496 с.
16. Володина, М. Н. Язык средств массовой информации : учебное пособие / Володина М. Н. – Москва : Альма Матер, 2008. – 760 с.
17. Ворошилов, В. В. Современная пресс-служба. Учебное пособие / В. В. Ворошилов. – Москва : КноРус, 2013. – 222 с.

- 18.Гарин, Н. Н. Связи с общественностью. Теория, практика, коммуникативные стратегии: учебное пособие / Гарин Н. Н., Данилов И. А., Жуков О. Б. – Москва : Аспект Пресс, 2011. – 198 с.
- 19.Горчакова, В. Г. Имиджелогия. Теория и практика : Учебное пособие для студентов вузов / В. Г. Горчакова. – Москва: ЮНИТИ-ДАНА, 2012. – 335 с.
- 20.Григорьева, Н. Н. Коммуникационный менеджмент : учебно-методические материалы / Н. Н. Григорьева – Москва : МИЭМП, 2007. – 44 с.
- 21.Гринберг, Т. Э. Коммуникационная концепция связей с общественностью. Модели, технологии, синергетический эффект: монографии / МГУ им. М.В. Ломоносова / Т. Э. Гринберг. – Москва, 2014. – 312 с.
- 22.Гундарин, М. В. Пресс-релиз : учебное пособие / Е. А. Гундарина – Москва : Феникс, 2013. – 192 с.
- 23.Джефкинс, Ф. Реклама / Ф. Джефкинс / Пер с англ. под ред. Б. Л. Еремина. – Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2002. – 543 с.
- 24.Доскова, И. С. Public Relations. Теория и практика : учебное пособие / И. С. Доскова. – Москва : Альфа-Пресс, 2007. – 151 с.
- 25.Егорова-Гантман, Е. В. Политическая реклама / Е. В. Егорова–Гантман. – Москва : Никколо-Медиа, 2002. – 240 с.
- 26.Информационная открытость правоохранительных органов: МВД [Электронный ресурс] : Инфометр – 2016. – Режим доступа: <http://infometer.org/analitika/otkrytost-mvd-2016>.
- 27.Кара-Мурза, С. Г. Гражданская война 1918-1921 гг. - урок для XXI века / С. Г. Кара-Мурза. – Москва : Алгоритм, 2014 – 320 с.
28. Катлип, М. Паблик рилейшенз. Теория и практика : Учебное пособие. – 8-е изд. : Пер. с англ. / М. Катлип, Х. Сентер Аллен, Брум М. Глен. – Москва : Вильямс, 2003. – 624 с.
- 29.Квеско Р. Б. Имиджелогия : учебное пособие / Р. Б. Квеско, С. Б. Квеско. – Томск : Изд-во Томского политехнического университета, 2008. – 116с.
- 30.Кириллова, Н. Б. Менеджмент социокультурной сферы : учебное пособие / 2-е изд. / Н. Б. Кириллова. – Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та, 2012. – 186 с.

31. Китчен, Ф. Паблик рилейшнз. Принципы и практика : учебное пособие / Ф. Китчен. – Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2012. – 454 с.
32. Конституция Российской Федерации : офиц. текст. от – Москва : Феникс. – 2014. - 64 с.
33. Коханова, Л. Экологическая журналистика, PR и реклама : учебное пособие / Коханова Л. – Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2007. – 383 с
34. Лучкин, Д. Почему пропаганда не есть PR, а PR не есть реклама [Электронный ресурс] / Д. Лучкин // Русский журнал. – 2001. – Режим доступа: <http://old.russ.ru>
35. Лысикова О. В. Имиджелогия и паблик рилейшнз в социокультурной сфере : учебное пособие / [О. В. Лысикова](#), [Н. П. Лысикова](#). – Москва: Флинта, 2006. – 168 с.
36. Марков, С. PR в России больше, чем PR. Технологии, версии, слухи / С. Марков. – Ростов–на–Дону : Северо–Запад, 2005. – 432 с.
37. Музыкант, В. Л. Реклама и PR-технологии в бизнесе, коммерции, политике: учебное пособие по спец. "Реклама", "Паблик рилейшнз", "Маркетинг", "Журналистика" / В. Л. Музыкант. – Москва : Армада-пресс, 2001. – 686 с.
38. Назайкин, А. Н. Эффективный рекламный текст в СМИ : монография / Назайкин А. Н. – Москва : Издательство МГУ, 2011. – 480 с.
39. Ньюсом, Д. С. Все о PR. Теория и практика паблик рилейшнз : [пер. с англ.] / Д. Ньюсом, Д. В. Терк, Д. Крукеберг. - 7-е изд. – Москва : Имидж-Контакт : Инфра-М , 2001. – 627 с.
40. О государственной тайне [Электронный ресурс] : федер. закон от 21.07.1993 N 5485-1-ФЗ ред. от 08.03.2015 // Справочная правовая система «КонсультантПлюс». – Режим доступа: <http://www.consultant.ru>.
41. О средствах массовой информации [Электронный ресурс] : федер. закон от 27.12.1991 N 2124-1-ФЗ ред. от 30.12.2015 // Справочная правовая система «КонсультантПлюс». – Режим доступа: <http://www.consultant.ru>.
42. Об утверждении Регламента Федеральной службы исполнения наказаний [Электронный ресурс] : Приказ ФСИН РФ от 19.05.2006 № 245 ред. от

- 13.10.2009 // Справочная правовая система «КонсультантПлюс». – Режим доступа: <http://www.consultant.ru>.
- 43.Огилви, Д. Огилви о рекламе / Д. Огилви. – Москва : Эксмо, 2004. – 232 с.
- 44.Оливер, С. Стратегии в паблик рилейшнз / С. Оливер. – Санкт-Петербург : Нева, 2003. – 160 с.
- 45.Ольшанский, Д. В. Политический PR / Д. В. Ольшанский. – Санкт-Петербург : Питер, 2003. – 544 с.
- 46.Панкрухин, А. П. Маркетинг : большой толковый словарь / А. П. Панкрухин. – Москва: Омега –Л, 2011. – 264 с.
47. Почепцов, Г. Г. Паблик рилейшнз для профессионалов / Г. Г. Почепцов. – Москва : Ваклер, 2001. – 624 с.
- 48.Руженцева, Н. Б. Стилистика и литературное редактирование рекламных и PR текстов : Учебное пособие / Н. Б. Руженцева. – Москва : Флинта, Наука, 2012. – 184 с.
- 49.Савельева, О. О. Социология рекламного воздействия / О. О. Савельева. – Москва, 2006. – 284 с.
- 50.Сайтэл, Ф. П. Современные паблик рилейшнз : пер. с англ. / Фрэйзер П. Сайтэл. – Москва : Имидж-контакт : Инфра-М , 2002. - 591 с.
- 51.Сальникова, Л. С. Репутационный менеджмент: современные подходы и технологии: учебник / Сальникова Л. С. – Москва : Юрайт, 2013. – 304 с.
52. Сегела, Ж. Национальные особенности охоты за голосами / Ж. Сегела – Москва : Вагриус, 1999. – 263 с.
- 53.Сэндидж, Ч. Реклама. Теория и практика Пер. с англ. / Ч. Сэндидж, В. Фрайбургер. – Москва : Прогресс, 1989. - С.64.
- 54.Трушина, Л. Е. История отечественной и зарубежной рекламы: учебник / Трушина Л. Е.– Москва : Дашков и К, 2014. – 246 с.
- 55.Уилкокса Д. Как создавать PR-тексты и эффективно взаимодействовать со СМИ / Пер. с англ. 4-е изд. / Д. Уилкокса. – Москва : Инфра-М, 2004. – 761 с.
- 56.Ученова, В. В. Старых. История рекламы, или Метаморфозы рекламного образа. Учебник для ВУЗов / В. В. Ученова. – Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 1999. –

213 с.

57. Ученова, В. В., Старых Н. В. История рекламы / В. В. Ученова. – Санкт-Петербург : Питер, 2002. – 304 с.
58. Уэллс, У. Реклама: принципы и практика / У. Уэллс, Дж. Вернет, С. Мориарти. – Санкт-Петербург : Питер, 2009. – 68 с.
59. Филлипс, Д. PR в Интернете. – Пер. с англ. И. Гаврилова / Д. Филлипс. – М.: ФАИР-ПРЕСС, 2004. – 320 с.
60. Четвертков, Н. В. Современная пресс-служба: учебное пособие / Н. В. Четвертков. – Москва : Аспект Пресс, 2010. – 192 с.
61. Чумиков, А. Н. PR в Интернете: Web 1.0, Web 2.0, Web 3.0 : учебное пособие / А. Н. Чумиков, М. Бочаров, М. Тишкова. – Москва : Альпина Паблишер, 2010 – 136 с.
62. Чумиков, А. Н. Реклама и связи с общественностью. Имидж, репутация, бренд: учебное пособие / Чумиков А. Н. – Москва : Аспект Пресс, 2012. – 159 с.
63. Яковлев, И. П. Паблик Рилейшнз в организациях: учебник / Яковлев И. П. – Москва : Петрополис, 1995. – 148 с.

ПРИЛОЖЕНИЕ А

Результаты социологического исследования

Как вы оцениваете криминогенную ситуацию в России? Улучшилась ли ситуация за последние 5 лет?

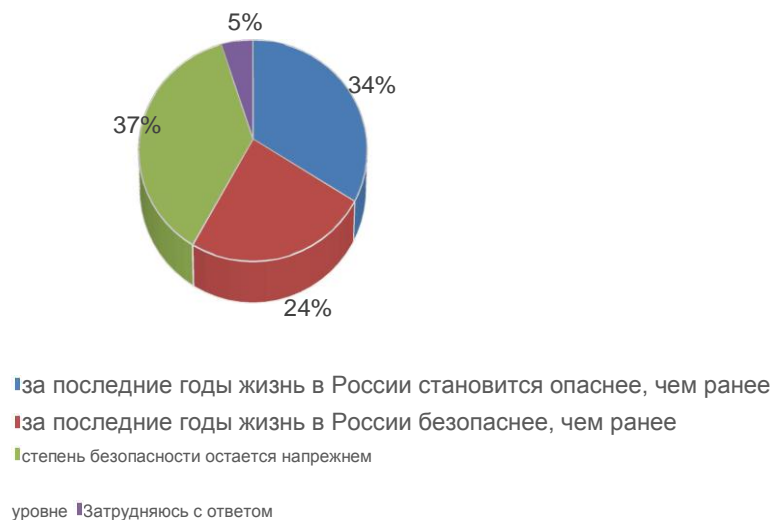


Рисунок А.1 – Как вы оцениваете криминогенную ситуацию в России? Улучшилась ли ситуация за последние 5 лет?

Как вы оцениваете публикации и репортажи учреждений и органов УИС в СМИ?



Рисунок А.2 – Как вы оцениваете публикации и репортажи учреждений и органов УИС в СМИ?

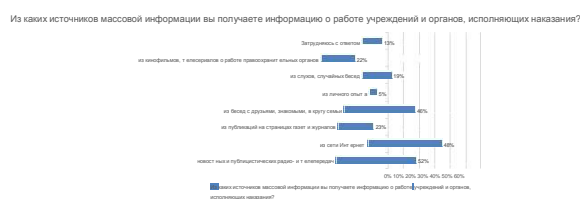


Рисунок А.3 – Из каких источников массовой информации вы получаете информацию о работе учреждений и органов, исполняющих наказания?

Как вы относитесь к реальности исправления осужденных в колониях строгого режима?

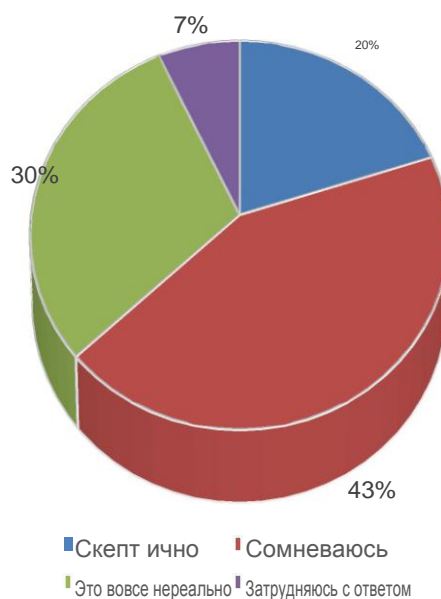


Рисунок А.4 – Как вы относитесь к реальности исправления осужденных в колониях строгого режима?

Как вы считаете после отбытия наказания в виде лишения свободы, освобожденные из ИУ вернутся к преступной деятельности?

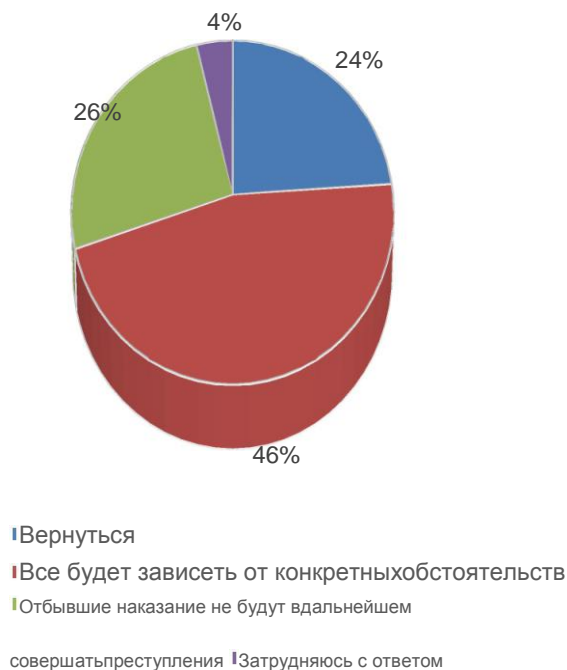


Рисунок А.5 – Как вы считаете после отбытия наказания в виде лишения свободы, освобожденные из ИУ вернутся к преступной деятельности?

Какой вид ужесточения наказаний вы бы привели в исполнение?



Рисунок А.6 – Какой вид ужесточения наказаний вы бы привели в исполнение?

Как вы относитесь к проведением актов амнистии?

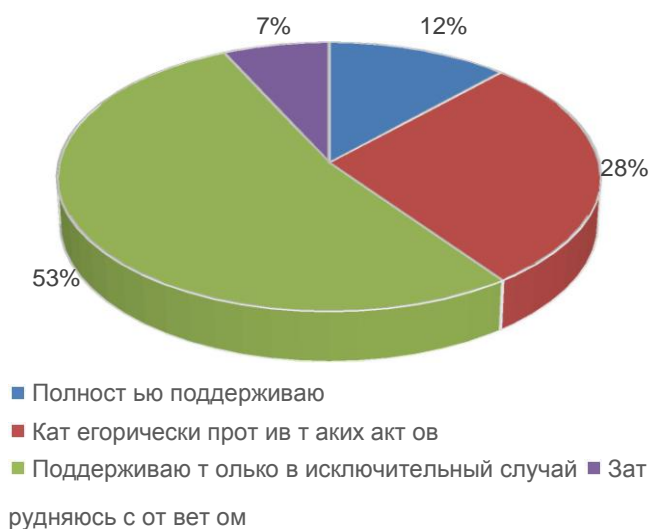


Рисунок А.7 – Как вы относитесь к проведением актов амнистии?

Как вы относитесь к гуманизации уголовно-исполнительной системы в целом?

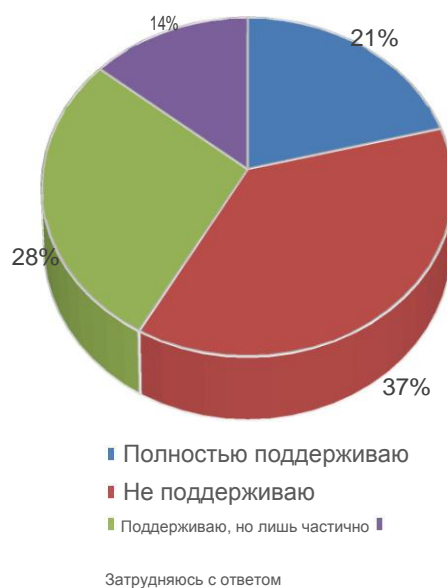


Рисунок А.8 – Как вы относитесь к гуманизации уголовно-исполнительной системы в целом?

Как вы относитесь к идее преобразования исправительных колоний в тюрьмы?

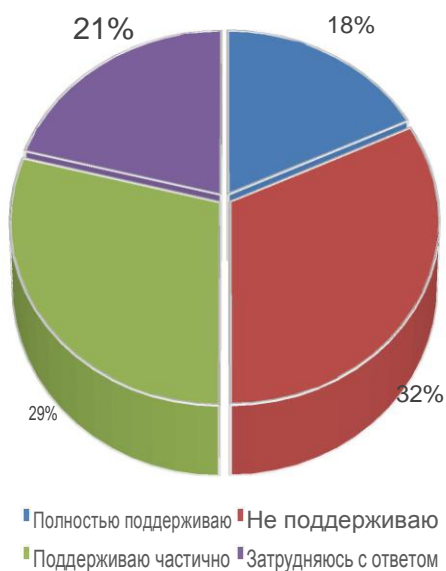


Рисунок А.9 – Как вы относитесь к идее преобразования исправительных колоний в тюрьмы?

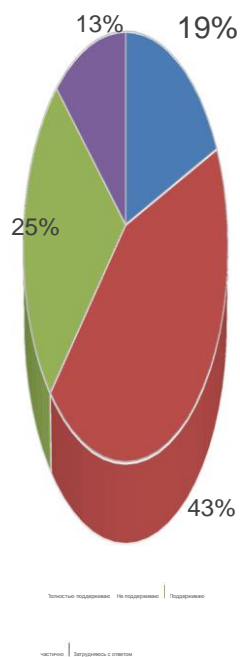


Рисунок А.10 – Как вы относитесь к возможности сокращения направления в исправительные учреждения осужденных за нетяжкие преступления (мелкие кражи, нанесение легких телесных повреждений и побоев в быту и др.)?

Как вы оцениваете работу сотрудников УИС?



Рисунок А.11 – Как вы оцениваете работу сотрудников УИС?

Как вы оцениваете участия местных органов власти и общественных организаций в работе с осужденными?

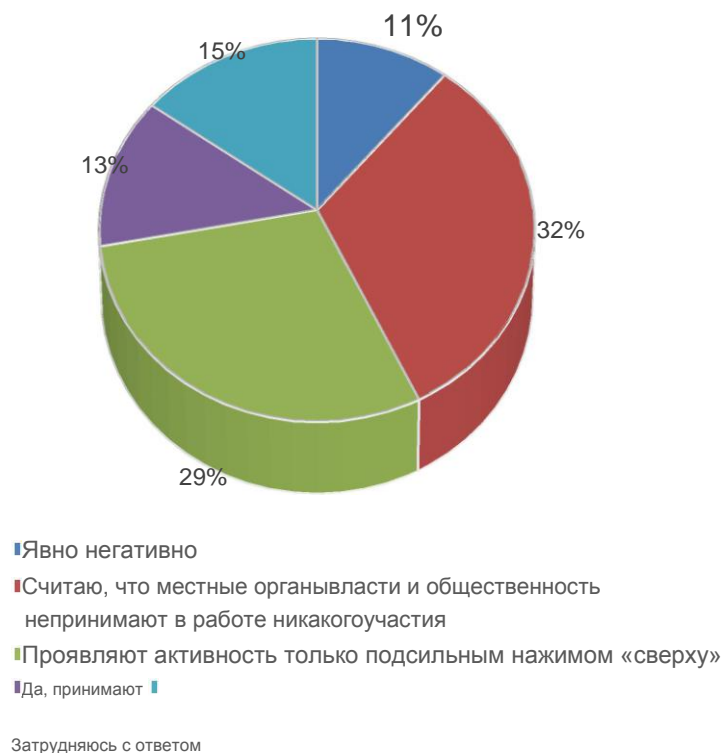


Рисунок А.12 – Как вы оцениваете участия местных органов власти и общественных организаций в работе с осужденными?

Как вы оцениваете работу СМИ учреждений и органов УИС?



Рисунок А.13 – Как вы оцениваете работу СМИ учреждений и органов УИС?

Как вы оцениваете публикации и репортажи учреждений и органов УИС в СМИ?



Рисунок А. 14 – Как вы оцениваете публикации и репортажи учреждений и органов УИС в СМИ?

ПРИЛОЖЕНИЕ В

Материалы для СМИ для организации пресс-тура, посвященного 55-летию ИК № 22

1. Пресс-релиз предварительный (для приглашения СМИ).

ГУФСИН России по Красноярскому краю приглашает журналистов на пресс-тур, посвященный 55-летию деятельности ИК-22.

5 июля 2017 г. пресс-служба ГУФСИН по Красноярскому краю проведет экскурсию для журналистов в женскую исправительную колонию общего режима. Пресс-тур посвящен 55-летию ИК № 22.

Учреждение было организовано в июле 1962 года на базе исправительно-трудовой колонии №6 в районе станции «Енисей».

Сегодня в ИК созданы все условия для социализации и исправления осужденных: действуют образовательные учреждения, организованы рабочие места, есть дом ребенка, созданы условия для проведения досуга, психологической реабилитации и духовного воспитания.

В ходе пресс-тура представители СМИ смогут посетить: швейный цех и мини-пекарню, филиал профессионального училища и вечернюю школу, Дом ребенка; ознакомиться с условиями содержания осужденных.

Юбилейный пресс-тур включает сюрпризы для гостей: демонстрация продукции швейного производства в форме дефиле осужденных-работниц цеха по пошиву одежды; открытые уроки в училище и в школе: интервью со специалистами Дома ребенка, концерт художественной самодеятельности силами осужденных; дегустация продукции мини-пекарни.

Просьба для участия в пресс-туре направить заявку в пресс-службу ГУФСИН по Красноярскому краю в письменном виде на официальном бланке вашей организации, где необходимо указать ФИО, должность и паспортные данные сотрудников средства массовой информации, которые желают принять в пресс-туре.

Пресс-служба ГУФСИН России по Красноярскому краю

Адрес: 660075, г. Красноярск, ул. Охраны труда, 1.

Телефон: 8 (391) 211-43-33. Е-

mail: gufsin@inbox.ru, pressa@krasuis.ru

2. Бэкграунд.

В июле 1962 года на базе швейного производства исправительно-трудовой колонии №6 в районе станции «Енисей» организована исправительная колония №22. Первоначально в ней содержались осужденные мужчины, с июня 1986 года колония изменила статус — стала колонией общего режима для содержания женщин, осужденных к лишению свободы. В Красноярске это единственная женская колония.

Сегодня ИК-22 известна краю и многим регионам России как стабильное швейное производство, специализирующееся на пошиве одежды. Ассортимент выпускаемой продукции постоянно меняется и включает в себя специальную и рабочую одежду, форменное обмундирование, виды камуфляжных изделий, форменные и рабочие костюмы, рубашки.

В апреле 1999 года был открыт пункт приема индивидуальных заказов от населения на пошив и ремонт форменной и рабочей одежды, верхней одежды и платья по низким ценам. Популярны заказы на халаты, пижамы, меховые и вязанные шапки, носки, платки, рукавицы, постельные комплекты, полотенца; изготавливаются матрасы и наматрасники, мягкие контейнеры для сыпучих товаров, строительных и химических веществ, хозяйственные и овощные сетки, рыболовные сети, из ткани заказчика шьют автомобильные чехлы и палатки. Для выполнения заказов населения открыт участок по художественной вязке изделий из пряжи.

Кроме того, в учреждении имеется участок сушки овощей, действует собственная мини-пекарня, которая обеспечивает потребности не только осужденных, но и сотрудников учреждения.

В колонии действуют среднее и средне-профессиональное учебные заведения. В филиале профессионального училища при колонии обучается в среднем около 300 человек в год по восьми специальностям. Ежегодно набирается две группы операторов швейного оборудования, группы раскройщиков, контролеров ОТК, механиков-ремонтников швейного оборудования, группа портных, которые обучаются индивидуальному пошиву. По окончании курса обучения учащиеся сдают квалификационный экзамен и получают свидетельство государственного образца, которое дает право поступления в техникум или вуз после освобождения. Наличие квалификационного разряда и опыта работы на швейной фабрике помогает бывшим осужденным при трудоустройстве. Девушек, несколько лет отработавших на фабрике ИК-22, охотно берут на работу на фабрики и в ателье, на любые предприятия по производству швейных изделий, так как у них отличная дисциплина и высокая производительность труда.

В учреждении работает вечерняя средняя общеобразовательная школа №7. Педагоги школы постоянно проходят курсовую переподготовку по своему предмету, владеют современными технологиями обучения.

В учреждении организована работа по психологической реабилитации и поддержке осужденных. Для психологической лаборатории ИК-22 приобретены аудио-визуальные комплексы «Диснет», необходимые для проведения сеансов психологической разгрузки и мобилизации, а также для тестирования текущего психологического состояния обследуемых. Программа позволяет проводить не только видео- и аудио-аутогенные тренировки, но и сеансы мобилизации, релаксации. В психологическом центре также имеется комплекс «БОСС-Пульс». С помощью расслабления тела и фокусирования сознания этот комплекс помогает овладеть техниками контроля эмоциональных состояний.

В учреждении работает студия кабельного телевидения, имеется профилакторий для осужденных, находящихся в отпуске без выезда за пределы колонии. Для положительно характеризующихся осужденных предусмотрена возможность организации краткосрочного выездного отпуска. В ИК работает клуб, библиотека и молельная комната.

В 2009 году на базе ИК- 22 был создан Дом ребенка, в котором содержатся дети осужденных женщин в возрасте до 3-х лет. Дом ребенка расположен в переоборудованном здании общежития отряда. В нем проживают дети трех возрастных категорий: первая группа — с рождения до полутора лет, вторая — с полутора до 2- х лет, и третья группа — дети от двух до трех лет. Персонал учреждения — врачи, воспитатели, психолог, логопед, музыкальный работник. В общежитии, отведенном под Дом ребенка, имеются молочная кухня, прачечная, спальные и игровые комнаты, кабинеты медицинского персонала, на территории оборудована детская площадка.

В 2014 году в ИК-22 открыто общежитие для совместного проживания осужденных женщин со своими малолетними детьми. Новое общежитие рассчитано на проживание 16 матерей с детьми. В первую очередь сюда переселяются положительно характеризующиеся осужденные и те женщины, детям которых требуется особый уход.

В Центре исправления осужденных №1 ИК-22 проводятся дни открытых дверей для родственников осужденных. В эти мероприятия включается экскурсия по основным объектам учреждения: клуб, столовая, библиотека, жилая и производственная зоны. Представители администрации колонии рассказывают родственникам осужденных, как живут и работают их близкие, находясь в заключении, как проводят свой досуг. Дни открытых дверей предусматривают краткосрочные свидания осужденных с родственниками, во время которых родные люди могут пообщаться в неформальной обстановке за чашкой чая. Проведение Дней открытых дверей в учреждениях ГУФСИН стало доброй традицией. Осужденные всегда с нетерпением ждут этого мероприятия – готовят небольшие подарки для родственников, стараются не нарушать правил внутреннего распорядка. Поддержание социальных связей очень важно для тех, кто оказался в местах лишения свободы. Это помогает им не утратить смысл жизни, не заикнуться на своих проблемах, не потерять навыки общения. И родственникам такие встречи идут на пользу: они сами могут убедиться, что с их родными все в порядке, задать интересующие вопросы представителям администрации, познакомиться с правилами исправительного учреждения.

Адрес ИК-22:

660079, г. Красноярск, ул. Парашютная, 13.

Удаленность от центра г. Красноярска - 9 км (автотранспорт).

Телефоны:

Приемная: 8 (391) 261-43-22.

ВРИО начальника учреждения:

Майор внутренней службы Потылицина Евгения Викторовна.

Пресс-служба ГУФСИН России по Красноярскому краю

Адрес: 660075, г. Красноярск, ул. Охраны труда, 1.

Телефон: 8 (391) 211-43-33. Е-

mail: gufsin@inbox.ru, pressa@krasuis.ru

3. Пресс-релиз по итогам пресс-тура.

5 июля 2017 г. пресс-служба ГУФСИН по Красноярскому краю провела экскурсию для журналистов в женскую исправительную колонию общего режима.

Пресс-тур был посвящен 55-летию ИК № 22. Представители средств массовой информации посетили все основные площадки организации работы, обучения и досуга осужденных: швейный цех и мини-пекарню, филиал профессионального училища и вечернюю школу, Дом ребенка, клуб и молельную комнату; ознакомились с условиями содержания осужденных.

Особый интерес представителей СМИ вызвали открытые уроки в учебных заведениях, действующих при колонии; посещение Дома ребенка и демонстрация продукции швейного производства в форме дефиле осужденных-

работниц цеха по пошиву одежды; а также условия содержания и досуга осужденных.

Журналисты смогли пообщаться с осужденными, руководством учреждения, преподавателями учебных заведений и специалистами Дома ребенка.

Сегодня в ИК созданы все условия для социализации и исправления осужденных: действуют образовательные учреждения, организованы рабочие места, есть дом ребенка, созданы условия для проведения досуга, психологической реабилитации и духовного воспитания.

Пресс- туры в учреждения ГУФСИН по Красноярскому краю являются хорошей традицией пресс-службы. Организация интервью, посещения исправительных учреждений могут быть также инициированы средствами массовой информации. Для этого необходимо обратиться в пресс-службу с запросом в письменной форме на официальном бланке вашей организации, где необходимо указать цель посещения или интервью; ФИО, должность и паспортные данные сотрудников средства массовой информации, которые желают взять интервью у руководства ведомства, подразделений, или у осужденных, а также посетить исправительные учреждения.

Пресс-служба ГУФСИН России по Красноярскому краю

Адрес: 660075, г. Красноярск, ул. Охраны труда, 1.

Телефон: 8 (391) 211-43-33. E-

mail: [gufsin @ inbox.ru](mailto:gufsin@inbox.ru), [pressa@ krasuis.ru](mailto:pressa@krasuis.ru)